

ABRANGÊNCIA:	Esta política aplica-se a todos os colaboradores da Comercial Milano Brasil Ltda.
OBJETIVO:	Este Código de Ética tem por objetivo oferecer uma compreensão clara sobre as condutas que orientam nossos negócios e relacionamentos, devendo estar presente no dia a dia, sempre com base na honestidade e no comprometimento com os princípios fundamentais de respeito à vida humana, buscando sempre a sua plena realização no respeito às leis, estatutos e regulamentações, e adotando práticas de proteção ao bem-estar de todos e ao meio ambiente.

Código de Ética



SGI

SISTEMA DE GESTÃO INTEGRADO

ÚLTIMA ALTERAÇÃO			
Revisão	Data	Item modificado	Descrição
00	22/06/2023	-	Emissão Inicial.
Elaborador		Análise crítica	Aprovador
Silvio Rodrigues		Fábio Martins do Nascimento	Rose Mary Leite Frade Cavalieri

SUMÁRIO

1. REFERÊNCIAS.....	4
2. TERMOS E DEFINIÇÕES.....	4
3. Procedimento.....	5
3.1 POR QUE UM CÓDIGO DE ÉTICA?	5
3.2 QUEM SOMOS.....	5
3.2.1 MISSÃO.....	6
3.2.2 VISÃO	6
3.2.3 VALORES.....	6
3.3 ABRANGÊNCIA DO CÓDIGO DE ÉTICA MILANO	6
3.4 NOSSOS PROPÓSITOS.....	6
3.4.1 PARA QUEM?	6
3.5 DIVULGAÇÃO.....	6
3.6 CONDUTA PROFISSIONAL.....	7
3.7 AMBIENTE DE TRABALHO	7
3.8 POLÍTICA DE QUALIDADE e MEio AMBIENTE	8
3.9 SEGURANÇA DO TRABALHO.....	8
3.10 USO DE ÁLCOOL, DROGAS E PORTE DE ARMA.....	9
3.11 RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	9
3.12 COMÉRCIO INTERNO.....	9
3.13 DESPESAS ADMINISTRATIVAS	9
3.14 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO.....	10
3.15 RELACIONAMENTO COM ACIONISTAS.....	10
3.15.1 RELACIONAMENTO COM CLIENTES	10
3.15.2 RELACIONAMENTO NO TRABALHO	11
3.15.3 RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES	11
3.15.4 RELACIONAMENTO AMOROSO.....	11
3.15.5 RELACIONAMENTO COM SINDICATO	12
3.15.6 RELACIONAMENTO COM AS COMUNIDADES	12
3.15.7 RELACIONAMENTO COM A CONCORRÊNCIA.....	12
3.15.8 RELACIONAMENTO MÚTUO ENTRE AS PARTES	12
3.15.9 Bullying.....	13

3.15.10 COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO COM ÓRGÃOS PÚBLICOS.....	13
3.16 OBSERVÂNCIA DA LEGISLAÇÃO.....	14
3.17 BOM USO DA INFORMAÇÃO.....	14
3.19 CONFLITO DE INTERESSE.....	14
3.19.1 Você sabe o que é um conflito de interesse?.....	14
3.19.2 Por esse motivo, o colaborador não deve:.....	15
3.20 CONTATO COM A MÍDIA E PUBLICIDADE.....	15
3.21 FILIAÇÃO A ORGANIZAÇÃO SEM FINS LUCRATIVOS.....	16
3.22 FILIAÇÃO A ORGANIZAÇÃO COM FINS LUCRATIVOS.....	16
3.23 TRABALHO VOLUNTARIADO.....	16
3.24 INFORMAÇÕES CONFIDENCIAIS E PRIVILEGIADAS.....	17
3.24.1 Você sabe o que é informação confidencial?.....	17
3.24.2 E informação privilegiada? Você conhece?.....	17
3.25 USO DOS RECURSOS DA EMPRESA.....	17
3.26 OFERECIMENTO DE BRINDES E PRESENTES.....	18
3.26.1 RECEBIMENTO DE BRINDES E PRESENTES.....	18
3.27 MÍDIAS SOCIAIS.....	18
3.28 RESPONSABILIDADE PATRIMONIAL.....	19
3.29 TERCEIROS (PRESTADORES DE SERVIÇO).....	19
3.30 VESTIMENTA.....	20
3.31 UNIFORME.....	20
3.32 VISITANTES.....	20
3.33 SAÍDA DE MATERIAL.....	20
3.34 APARELHOS DE SOM.....	20
3.35 REVISÃO E MANUTENÇÃO DO CÓDIGO.....	20
3.36 MEDIDAS DISCIPLINARES E CONSEQUÊNCIAS.....	20
3.37 PROTEÇÃO A DADOS PESSOAIS.....	21
3.38 NOTIFICAÇÃO DE CONDUTA ANTIÉTICA.....	21
4. RESPONSABILIDADE.....	22
5. REGISTROS.....	22
6. ANEXOS.....	22
(Anexo I) TERMO DE ENTREGA E COMPROMISSO.....	22

1. REFERÊNCIAS

- CPC-POL-001 - Conflito de Interesse
- CPC-POL-003 - Relacionamento e Comunicação com Agentes Públicos
- CPC-POL-004 - Anticorrupção
- CPC-POL-005 - Medidas Disciplinares e Consequências
- CPC-POL-016 - Diversidade e Inclusão

2. TERMOS E DEFINIÇÕES

Termos relevantes para o entendimento do texto e documento:

Agente Público: Inclui qualquer pessoa, que exerça atividade pública, de forma temporária ou permanente, com ou sem remuneração, são classificados como:

- Agentes políticos, São aqueles que estão na chefia de cada um dos três Poderes e representa a vontade do Estado, sendo: Presidente da República, Governador, Prefeito e respectivos vices, Ministros de estado, Secretários Estaduais e Secretários Municipais, Senadores, Deputados e Vereadores;
- Servidor Estatal, todo aquele que atua no Estado, seja na Administração direta ou indireta, sendo: policiais, bombeiros, militares, autoridades fiscais, inspetores aduaneiros, inspetores de agências de segurança alimentar e medicamentos;
- Um executivo, representante, agente ou empregado de qualquer negócio ou empresa governamental ou estatal;
- Toda pessoa com responsabilidade em assinar ou influenciar nos gastos dos fundos do Governo, incluídas pessoas que ocupam cargos remunerados, por exemplo, um assessor oficial de um governo;
- Um agente público ou empregado de uma organização pública internacional (por exemplo, as Nações Unidas, o Comitê Olímpico Internacional, a Cruz Vermelha Internacional, o Banco Mundial etc.).

Para efeitos desta Política, no sentido amplo do termo, entendemos como agente público também:

- Todo cargo executivo de um partido político;
- Todo candidato a cargo político;
- Professores e pesquisadores em escolas, universidades e outras instituições de educação pública ou financiadas pelo Governo;
- Funcionários e pesquisadores em escolas/centros e outras instalações de investigação e desenvolvimento financiados pelo Governo;
- Médicos que trabalham em hospitais públicos;
- Jornalistas em mídia estatal;
- Funcionários de qualquer associação empresarial que realiza funções governamentais ou semigovernamentais;
- Familiares até o segundo grau de qualquer um dos mencionados acima.

Entidades Governamentais: Uma entidade governamental refere-se a sociedades empresariais, instituições, associações, fundações, agências, departamentos e órgãos de propriedade ou controlados pelo governo e outras entidades públicas (quer a participação ou controle seja total ou parcial), inclusive representações diplomáticas, instituições de pesquisa, universidades e hospitais, órgãos e entidades estatais ou representações diplomáticas de país estrangeiro, de qualquer nível ou esfera de governo, bem como as organizações públicas internacionais e as pessoas jurídicas controladas, direta ou indiretamente, pelo poder público de país estrangeiro.

Conflito de Interesse: Toda situação que represente um confronto entre interesses pessoais de um Colaborador e os interesses da Milano, que possa, de forma concreta ou aparente, comprometer ou influenciar, de maneira imprópria, o desempenho das funções do Colaborador, em questão, em prejuízo dos interesses da Milano.

Familiar: Por familiar entenda-se cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o quarto grau (ex.: pai, mãe, filhos, avós, netos, sobrinhos, primos, tios, sogros e cunhados).

Terceiro: Toda pessoa física ou jurídica que não for Colaborador da Milano, e que seja contratada para auxiliar no desempenho de atividades ou agir em nome, interesse ou benefício da mesma, tais como prepostos, representantes, subcontratados, fornecedores, consultores, prestadores de serviços em geral, entre outros.

3. PROCEDIMENTO

3.1 POR QUE UM CÓDIGO DE ÉTICA?

O compromisso de compartilhar e praticar valores morais faz parte da história da empresa. É um modo de expressar nosso jeito de ser e de definir a imagem que identifica nossa empresa.

Queremos ser reconhecidos como uma organização sólida e confiável. Para mantermos o respeito e a confiança do mercado e da sociedade em geral, a credibilidade que conquistamos precisa continuar sendo construída e assegurada dia após dia.

Nossa responsabilidade como cidadãos e profissionais implica, portanto, que tenhamos um relacionamento íntegro com vários públicos de interesse, dirigentes, colaboradores, clientes, fornecedores, órgãos governamentais, concorrentes, mídia, meio ambiente e comunidade em geral.

Um Código de Ética constitui um conjunto de normas que torna essas orientações morais práticas. Nossas decisões e ações, das mais corriqueiras às mais importantes, produzem efeitos sobre todos aqueles que mantêm relações conosco. Saber disso implica ter consciência de que nossos atos podem ser avaliados pela sociedade como certos ou errados, justos ou injustos, legítimos ou ilegítimos. Em decorrência disso, tanto podem melhorar nosso relacionamento, como prejudicá-lo.

O nosso posicionamento a respeito de diferentes assuntos permite que os colaboradores tenham clareza sobre o que fazer, demonstra transparência, evitar mal-entendido e esvazia boatos e comentários desfavoráveis. Assim, nesse contexto, definir quais são os objetivos da empresa e, sobretudo, mostrar como fazer para atingi-los são tarefas valiosas e imprescindíveis para você.

Adicionalmente a este importante instrumento de divulgação de nossa cultura ética e padrões de conduta, a Comercial Milano possui e recomenda a leitura das Políticas específicas para alguns temas tratados neste Código de Ética.

Boa leitura!

3.2 QUEM SOMOS

A Comercial Milano Brasil iniciou suas atividades em 1997, no segmento alimentício. Localizada estrategicamente na cidade de Duque de Caxias, RJ, está próximo às principais vias de acesso aos municípios do Rio de Janeiro e Grande Rio, Minas Gerais, São Paulo e Espírito Santo, além de portos e aeroportos.

Conta com apoio de alta tecnologia e estrutura para manter a competitividade e ser reconhecida como referência nacional como Operador Logístico para cargas secas, cadeia do frio e, ainda, gestão e guarda de documentos.

A Milano é especializada em projetos de logística integrada com soluções sustentáveis e inovadoras para diversos segmentos, alcançando as cadeias de abastecimento de clientes em todo o Brasil nos setores público e privado (empresas, eventos de grande porte, restaurantes, instituições de ensino, hotelaria, navios de turismo, hospitais, entre outros).

Com apoio do Sistema de Gestão Integrado, a empresa assegura a gestão e qualidade de seus produtos e serviços, mantendo a consciência ambiental e social como cultura. Seu foco é a satisfação dos clientes, a prevenção de impactos ambientais, a manutenção dos padrões dos processos, a conformidade legal e a ampliação do negócio.

3.2.1 MISSÃO

Oferecer soluções de logística e comercialização de produtos com padrão elevado de qualidade, zelando pela melhoria contínua dos processos e meio ambiente, atendendo às expectativas dos acionistas, clientes, colaboradores e comunidade.

3.2.2 VISÃO

Ser uma empresa líder em seu setor. Reconhecida pelos seus clientes e consumidores pela excelência na prestação de serviços e elevada qualidade de seus produtos, promovendo o desenvolvimento de seus colaboradores e agregando valor à empresa.

3.2.3 VALORES

Os valores da empresa são: ética, respeito, comprometimento, flexibilidade, qualidade, responsabilidade, empreendedorismo e sustentabilidade.

3.3 ABRANGÊNCIA DO CÓDIGO DE ÉTICA MILANO

Embora as regras de conduta veiculadas neste Código sejam idênticas àquelas vigentes nas demais sociedades ligadas ao grupo de empresas integrado pela Comercial Milano Brasil, os acionistas, investidores, sócios, diretores, administradores e empregados de cada sociedade representam exclusivamente a empresa onde desempenham suas atividades e à qual estão oficialmente ligados. A conduta individual de cada um deles não compromete nem obriga as demais empresas, que se conectam apenas por razões empresariais e de investimentos, e não pessoais. O Código de Ética é válido por tempo indeterminado e está sujeito a revisões periódicas e aprimoramento constante, baseado na verificação prática dos desafios que se apresentem e porventura não tenham sido previstos.

3.4 NOSSOS PROPÓSITOS

Este Código de Ética tem por objetivo oferecer uma compreensão clara sobre as condutas que orientam nossos negócios e relacionamentos, devendo estar presente no dia a dia, sempre com base na honestidade e no comprometimento com os princípios fundamentais de respeito à vida humana, buscando sempre a sua plena realização no respeito às leis, estatutos e regulamentações, e adotando práticas de proteção ao bem-estar de todos e ao meio ambiente.

3.4.1 PARA QUEM?

Os princípios deste Código de Ética aplicam-se a todos os integrantes da Comercial Milano Brasil, inclusive aos acionistas, investidores, sócios, diretores e todos os colaboradores, e também prestadores de serviços e consultores, estendendo-se, ainda, aos fornecedores.

O comprometimento com essas diretrizes é condição essencial para atuar na Comercial Milano Brasil. A leitura e assimilação deste Código é dever de todo indivíduo ligado a empresa. Todas as pessoas diretamente envolvidas nas atividades da empresa devem ser informadas sobre a importância da aceitação das normas aqui descritas.

3.5 DIVULGAÇÃO

A propagação deste Código é de responsabilidade de cada um dos gestores, que devem replicá-lo para os colaboradores da sua área, esclarecendo as dúvidas e verificando o entendimento quanto ao conteúdo e à aplicação.

Cada gestor é responsável, também, pela supervisão e garantia dos procedimentos, para assegurar o conhecimento e a divulgação dos princípios éticos aplicáveis aos relacionamentos internos e externos sob sua responsabilidade.

Cada colaborador, no ato da contratação, receberá o Código de Ética e assinará o Termo de Entrega e Compromisso (Anexo I) ao mesmo. O departamento de RHDO – Recursos Humanos e Desenvolvimento Organizacional – será o responsável por fornecer esse material aos novos colaboradores, dando ciência e mantendo registro da concordância deles.

3.6 CONDUTA PROFISSIONAL

Toda organização é julgada pelo seu desempenho coletivo e pela percepção pública de seus colaboradores. Por isso, é necessário agir sempre de forma a merecer a confiança e o respeito de todos os públicos com os quais mantemos relações profissionais.

É importante que cada colaborador, ao apresentar ou defender os interesses da Organização e faça sua reflexão, para conciliar seus valores pessoais com os da empresa, levando em consideração os princípios éticos e o respeito às leis e normas vigentes.

Preserve e zele pela nossa imagem e dos demais representantes da organização, dentro e fora do ambiente de trabalho. Aqueles que ocupam posição de liderança dentro da empresa, principalmente, devem ter atenção à sua conduta. Adote uma postura ética exemplar, que inspire confiança, de forma a tornar-se um exemplo a ser seguido pelos demais colaboradores.

Não realize atividades de interesse próprio e procure manter sigilo sobre os fatos e informações de natureza confidencial dos administradores, colaboradores, clientes e fornecedores.

Lembre-se sempre que não é permitido fazer uso do cargo, função, posição ou influência com objetivo de obter favorecimento para si ou para outras pessoas. É inadmissível o uso do cargo para solicitar favores ou serviços pessoais a subordinados ou terceiros, sejam eles clientes, fornecedores ou outro parceiro de negócio, dos setores público ou privado.

3.7 AMBIENTE DE TRABALHO

As relações no ambiente de trabalho da organização devem se pautar pelos valores da empresa. É fundamental que o respeito ao próximo faça parte da conduta dos colaboradores, parceiros, clientes, acionistas, investidores, fornecedores e prestadores de serviço. A gentileza e a cordialidade fazem com que o ambiente de trabalho seja excelente e livre de constrangimentos. A Organização proporciona condições favoráveis ao desenvolvimento das atividades de todos os colaboradores. Por isso, manter o ambiente de trabalho limpo, organizado, seguro e produtivo é função de todos. A estrutura organizacional e a política de Recursos Humanos da empresa asseguram igualdade de condições e oportunidades de desenvolvimento de carreira.

Não se admite, em hipótese alguma:

- Ações que possam caracterizar assédio moral ou sexual, colocando em risco a liberdade ou dignidade individual dos colaboradores;
- A exploração do trabalho infantil, escravo, forçado, mediante intimidação e/ou não remunerado;
- Conduta que cause constrangimento e desrespeito com subordinados ou outras pessoas da empresa;

- Palavras de baixo calão, como expressões de intimidação, assédio sexual e agressão psicológica;
- Ação de agressão física;
 - Discriminação ou preconceito por idade, raça, cor, nacionalidade, sexo, política, religião e deficiências físicas;
- Que nossos colaboradores deixem de cumprir com os compromissos assumidos junto à empresa.

3.8 POLÍTICA DE QUALIDADE E MEIO AMBIENTE

“A Comercial Milano Brasil, atuante no segmento de Logística e Supply Chain, adota um Sistema de Gestão Integrado, a fim de melhorar a qualidade de seus produtos e serviços, satisfazer as necessidades de seus clientes e prevenir a poluição ambiental. São mantidas as seguintes diretrizes:

1. Padronização dos Processos: Os processos devem ser executados de acordo com os padrões definidos em manuais, procedimentos gerenciais e operacionais da empresa;

2. Foco no Cliente: Todos os colaboradores devem realizar suas atividades com foco na satisfação das necessidades dos clientes. Tais necessidades incluem a qualidade do produto, cumprimento dos prazos combinados e o atendimento dos requisitos contratuais;

3. Conformidade Legal: As atividades realizadas pelos colaboradores e terceirizados devem estar de acordo com a legislação e demais compromissos assumidos;

4. Preservação do Meio ambiente: A preservação do meio ambiente deve ser uma preocupação de toda a empresa, sendo levada em consideração no planejamento e execução de qualquer atividade que possa causar impactos ao meio ambiente;

5. Diversidade e Inclusão: Acreditamos na cultura inclusiva como pilar fundamental para promover a experiência positiva das pessoas, a inovação e um clima organizacional saudável, que confirma a postura ética da Comercial Milano Brasil e a torna ainda mais atrativa e competitiva. Por isso, incentivamos uma postura de respeito e valorização das diferenças, não permissiva a situações de discriminação contra grupos sub-representados por seu gênero, orientação sexual, origem étnica/racial, nacionalidade, bagagem cultural, identidade e expressão de gênero, deficiência, faixa etária, religião, status socioeconômico, modo de pensar, crença entre outros.

6. Melhoria Contínua: A melhoria contínua deve ser tratada como objetivo constante. Os processos, atividades, produtos e serviços serão periodicamente analisados e, sempre que possível, melhorados.

A Política de Gestão Integrada é uma filosofia que se aplica a todas as atividades da organização e será efetiva dentro de um ambiente participativo e de cooperação entre as diversas áreas da empresa.

A conscientização e o aprimoramento técnico de nossos colaboradores é a base para o sucesso da Política.”

3.9 SEGURANÇA DO TRABALHO

Todos os nossos colaboradores têm direito a um ambiente de trabalho seguro e saudável. Cada integrante da empresa deve sempre cumprir todas as leis e normas referentes à segurança do trabalho.

A Segurança no Trabalho é responsabilidade de todos, e é dever de cada colaborador comunicar qualquer tipo de prática insegura ou condições inadequadas de trabalho. É também dever de cada colaborador utilizar os EPIs –

Equipamentos de Proteção Individual – necessários ao cargo que exerce, sendo obrigação do superior imediato a cobrança desta responsabilidade de seus colaboradores.

3.10 USO DE ÁLCOOL, DROGAS E PORTE DE ARMA

O tabagismo, o alcoolismo e o consumo de drogas causam efeitos danosos à saúde e à segurança, interferindo na produtividade, eficiência do trabalho e comprometendo o desempenho dos indivíduos. Por isso, é proibido que os colaboradores estejam sob efeito de bebidas alcoólicas, drogas ou substâncias que possam alterar ou causar desvio de comportamento no ambiente de trabalho.

Não é permitido, em nenhum momento, portar ou utilizar armas nas dependências da empresa. Com exceção dos profissionais contratados para exercer a segurança patrimonial.

Somente será permitido fumar em local autorizado e nos horários de descanso.

Não é permitido que os colaboradores estejam sob efeito de bebidas alcoólicas ou drogas ilícitas durante a jornada de trabalho ou a serviço da empresa, tais como viagens a filiais ou a clientes. Também é proibido que os colaboradores usem de violência física, verbal ou estejam sob efeito de bebidas ou drogas ilícitas de modo a produzir comportamento inadequado em eventos realizados fora da empresa tais como: congressos, feiras, seminários, eventos comemorativos patrocinados ou não pela empresa, viagem a trabalho etc.

Lembre-se que todos os colaboradores são responsáveis por preservar e zelar pela imagem da organização dentro e fora do ambiente de trabalho.

As restrições também devem ser seguidas pelos visitantes e terceiros, e os responsáveis por cada departamento estão encarregados da verificação do cumprimento desta norma.

3.11 RESPONSABILIDADE SOCIAL

Investimos no aperfeiçoamento contínuo de nossos colaboradores e promovemos a inclusão social, realizando a contratação de pessoas com deficiência para trabalhar em nossas unidades. Todas as nossas ações na sociedade e no meio ambiente visam contribuir para o desenvolvimento sustentável.

3.12 COMÉRCIO INTERNO

Não é permitida a comercialização ou divulgação de qualquer tipo de produto ou serviço entre colaboradores nas dependências da empresa.

A nossa preocupação em relação ao comércio interno é:

- Impedir que o colaborador realize atividades paralelas que prejudiquem o desempenho das funções para as quais ele foi contratado;
- Proteger o nosso ambiente profissional de eventuais desavenças oriundas de comércio interno;
- Evitar que relações comerciais possam ser forçadas por abuso de poder.

3.13 DESPESAS ADMINISTRATIVAS

Todos os colaboradores e responsáveis pela ocorrência de despesas devem adotar uma postura honesta e coerente quanto aos valores gastos no desempenho de suas funções. Qualquer ato ou omissão que possa resultar em má interpretação financeira deve ser eliminado das nossas práticas.

Todos devem ser corretos na prestação de contas e no reembolso de despesas pagas antecipadamente.

Somente serão reembolsadas as despesas administrativas necessárias à realização dos negócios da Comercial Milano Brasil e que cumpram os requisitos previstos. Os colaboradores devem elaborar relatórios financeiros e apresentar recibos com fidedignidade e precisão com base na Política de Reembolso e Adiantamento de Despesas.

3.14 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Os sistemas de computação e equipamentos de comunicação eletrônica são nossos bens e são fornecidos como ferramentas para facilitar o trabalho e permitir aos colaboradores o melhor desempenho de suas tarefas.

O seu uso é exclusivo para as atividades de interesse da Comercial Milano Brasil. Os recursos de informática da empresa não deverão ser utilizados para a propagação de e-mails, mensagens ou documentos cujo conteúdo não seja do interesse da empresa.

Essa regra abrange os telefones corporativos, que devem ser usados comercialmente, inclusive no que se refere à utilização de aplicativos de mensagens. Os colaboradores que dispõem de telefones corporativos devem se abster de divulgar ou imprimir mensagens, incluindo os grupos internos, e não devem utilizá-los para objetivos particulares, muito menos para repassar imagens, vídeos, efetuar prints e gravar conversas.

O acesso a qualquer site da Internet através dos nossos equipamentos é restrito às atividades necessárias ao desempenho profissional.

É vedado qualquer conteúdo inadequado e incompatível com o ambiente de trabalho. É direito da empresa, sem aviso prévio, bloquear e monitorar o uso da Internet pelo colaborador.

É proibido remover ou instalar, em nossos computadores, programas não institucionais sem que haja a licença de uso. Para qualquer ação desse tipo, é necessária a autorização da área de TI. Não é permitido modificar os softwares contratados e o desenvolvimento de software não autorizado pela área de TI.

3.15 RELACIONAMENTO COM ACIONISTAS

Garantimos os interesses dos acionistas e investidores de acordo com as melhores práticas de governança corporativa, transparência, normas e regulamentações vigentes. O relacionamento com os nossos acionistas é baseado na comunicação precisa e transparente, com informações que permitem acompanhar as atividades e o desempenho da empresa.

As transações da empresa são transparentes e, por isso, todos os acionistas têm as informações necessárias para o acompanhamento do desempenho da organização, com agilidade e veracidade.

3.15.1 RELACIONAMENTO COM CLIENTES

O objetivo da empresa é compreender e atender às necessidades dos clientes, fornecendo produtos e serviços que os satisfaçam, bem como aos interesses de toda a sociedade.

É dever de todo integrante da empresa tratar os clientes com justiça e integridade, sempre atento ao cumprimento das responsabilidades legais e éticas perante eles.

O compromisso com os clientes é expresso em nossos padrões de conduta, que devem se caracterizar por:

- Transparência nas operações realizadas;

- Receptividade e tratamento adequado às sugestões e críticas recebidas;
 - Atendimento eficiente;
 - Respeito aos direitos do cliente;
 - Compromisso com a satisfação do cliente;
 - Confidencialidade sobre informações recebidas em razão de cargo exercido.

3.15.2 RELACIONAMENTO NO TRABALHO

A empresa preza o bom relacionamento entre as pessoas, que é um dos fatores fundamentais para um clima organizacional saudável. As relações no ambiente de trabalho da empresa estão alinhadas com os valores da corporação, acordos coletivos e contratos aplicáveis, observando a legislação e as normas vigentes.

O respeito ao próximo colabora para um excelente ambiente de trabalho, e por isso deve ser evitada qualquer forma de constrangimento para si ou para os outros. No trabalho, é necessário saber separar assuntos pessoais dos profissionais, não devendo a amizade interferir no bom andamento dos negócios.

Por isso, é fundamental que os colaboradores, fornecedores e demais partes com quem mantemos relacionamento comercial:

- Administrar os relacionamentos pessoais no meio corporativo;
- Sejam colegas de trabalho cordiais e educados;
- Saibam lidar com críticas, uma atitude esperada para um bom clima profissional;
- Tenham discernimento e entendam a importância do clima da empresa.

3.15.3 RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES

Esperamos que os parceiros comerciais, fornecedores, prestadores de serviços e terceiros com quem realizamos negócios observem os mais elevados padrões éticos ao conduzir seus negócios.

Os fornecedores e parceiros contratados pela empresa devem operar com padrões éticos compatíveis com os nossos.

A relação com o fornecedor deve ser duradoura, sem prejuízo dos princípios da livre iniciativa e da lealdade na concorrência.

3.15.4 RELACIONAMENTO AMOROSO

Visando evitar situações de favorecimento direto ou indireto, bem como omissão de responsabilidades, a empresa não permite relacionamento amoroso entre seus colaboradores, nos seguintes casos:

- Quando há relação hierárquica direta entre os colaboradores relacionados;
- Quando, mesmo atuando em áreas diferentes, há uma relação de supervisão, controle ou auditoria entre as áreas de atuação dos colaboradores relacionados.

Exemplos de áreas de relação de supervisão, controle ou auditoria (mas não limitadas a estas): Controladoria, Recursos Humanos, Auditoria etc.

Nas demais situações permite-se o relacionamento amoroso entre colaboradores. No entanto, espera-se que seja mantida a conduta e postura profissional dos colaboradores relacionados e que o relacionamento não seja externado nas dependências empresa.

Para isso, devem ser evitados:

- Apelidos íntimos e carinhosos;
- Demonstrações de afeto que possam causar constrangimento aos demais colegas, como beijos e abraços;
- Conversas íntimas por e-mail ou outras ferramentas de comunicação da empresa.

3.15.5 RELACIONAMENTO COM SINDICATO

Reconhecemos a legitimidade dos sindicatos e respeitamos suas iniciativas e práticas. Estamos sempre dispostos a dialogar, em qualquer situação, buscando soluções que atendam todos os envolvidos.

- Somos uma empresa democrática e respeitamos o direito do colaborador de filiar-se ao sindicato de sua categoria profissional, desde que não utilize, para isso, recursos, bens e a marca da empresa;
- Mantemos contato direto com os colaboradores na condução de assuntos que envolvam relações trabalhistas;
- Nossas contribuições e de nossos colaboradores aos sindicatos – espontâneas ou compulsórias – são as previstas pela legislação brasileira;
- É permitida a permanência dos representantes de sindicatos ou representantes das categorias em nossas dependências, desde que solicitem prévia autorização e respeitem as boas práticas, às exigências sanitárias e demais normas estabelecidas pela empresa.

3.15.6 RELACIONAMENTO COM AS COMUNIDADES

Em nossa estratégia de negócio, valorizamos a relação com as comunidades onde estamos inseridos e estamos comprometidos em contribuir positivamente para seu desenvolvimento sustentável. Para isso:

- Disponibilizamos nossos conhecimentos especializados em prol do bem-estar das comunidades;
- Apoiamos diversos projetos sociais.

3.15.7 RELACIONAMENTO COM A CONCORRÊNCIA

A concorrência leal é um estímulo constante para a inovação e para a busca pela excelência na qualidade de nossos produtos e serviços.

Todavia, os colaboradores estão proibidos de divulgar informações ou discutir planos de comercialização, promoção e divulgação de nossos produtos ou serviços com concorrentes.

3.15.8 RELACIONAMENTO MÚTUO ENTRE AS PARTES

Realizamos transações com partes relacionadas de forma honesta e transparente, sempre observando regras de conduta de negócios preestabelecidas e específicas a tais operações.

Não são aceitas as seguintes condutas por parte de colaboradores e administradores da Comercial Milano Brasil:

- Contratar, usando a influência, o cargo ou posição na Comercial Milano Brasil, uma empresa sob seu controle ou algo que possa, na forma da lei, caracterizar “Transação entre Partes Relacionadas”;
- Operações desta espécie serão consideradas excepcionais e dependerão, para sua contratação, de consulta prévia à Diretoria e Conselho de Sócios, de respaldo em contrato formal e de realização em condições equitativas de mercado.

3.15.9 BULLYING

Bullying é um comportamento agressivo, intencional e que repetidamente provoca desconforto a outra pessoa. O bullying pode ser cometido através das formas de contato físico, palavras ou ações.

Priorizamos um ambiente de trabalho saudável e motivador e, por isso, estamos comprometidos a não tolerar atos de bullying, assédio e/ou perseguição. Para tanto é de suma importância que todos sejam tratados com cuidado e respeito. Temos o nosso compromisso em fornecer apoio, independentemente da orientação sexual, religião e gênero.

3.15.10 COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO COM ÓRGÃOS PÚBLICOS

Acreditamos que, na relação com representantes do governo, deve sempre prevalecer a integridade e os preceitos éticos e morais. Por isso, atuamos com transparência em todas as ações que desenvolvemos e nos colocamos à disposição para cooperar e oferecer informações precisas sempre que necessário. A organização não apoia ou financia partidos políticos ou candidaturas a cargos e funções públicas. No relacionamento com autoridades, agentes e fiscais do poder público, todos os integrantes da empresa devem manter a postura de cordialidade e respeito a essas funções sem, todavia, incorrerem favorecimento direto ou indireto de qualquer indivíduo, abstendo-se de qualquer conduta que possa ser caracterizada como corrupção ou suborno para obter decisões que lhe sejam favoráveis.

A comunicação e relação com agentes públicos abrange casos de fiscalizações, solicitações, contatos e visitas realizadas por e a qualquer entidade governamental, seja de competência municipal, estadual ou federal.

Na comunicação e relacionamento com agentes públicos, constituem-se como atos **proibidos** pela organização:

- Oferecer, prometer ou dar, direta ou indiretamente, vantagens indevidas de qualquer natureza (tais como pagamentos, comissões, presentes, brindes) a agentes públicos que tenham poder de influenciar decisões nas quais a empresa tenha interesse;
- Concordar com os pedidos ou solicitações de presentes / pagamentos a agentes públicos ou a pessoas a ele relacionadas;
- Influenciar um agente público, aproveitando-se de uma relação pessoal, para a prática de ato que possa gerar um favorecimento indevido a organização;
- Dificultar as atividades de investigação ou fiscalização de entidades governamentais e agentes públicos;
- Frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo ou a realização de procedimento licitatório público;
- Apoiar candidatos a cargos públicos e/ ou partidos políticos, dentro ou fora dos períodos eleitorais, em nome da empresa.

Caso seja realizado qualquer pedido, solicitação, demanda ou exigência de um agente público ou pessoa a ele relacionada para pagamento indevido (monetário ou de qualquer outra natureza), em troca de benefícios à empresa, o colaborador deverá recusar e comunicar o ocorrido imediatamente ao seu superior imediato e à área designada para estabelecer ações que visam um ambiente de Compliance em conformidade com as diretrizes do Conselho de Administração.

Acreditamos que, na relação com representantes do governo, deve sempre prevalecer a integridade e os preceitos éticos e morais.

Por isso, atuamos com transparência em todas as ações que desenvolvemos e nos colocamos à disposição para cooperar e oferecer informações precisas sempre que necessário.

A empresa não apoia ou financia partidos políticos ou candidaturas a cargos e funções públicas.

3.16 OBSERVÂNCIA DA LEGISLAÇÃO

Somos uma empresa comprometida com o respeito às leis. Todos os negócios desenvolvidos pela empresa devem ser conduzidos de forma ética e legal, em todos os lugares e situações em que a empresa esteja presente.

Cada colaborador deverá obedecer às normas e regulamentos aplicáveis aos negócios da empresa e às práticas comerciais vigentes, além de respeitar os princípios contábeis, as leis e os regulamentos para contabilizar transações e emitir relatórios financeiros precisos que reflitam a realidade.

3.17 BOM USO DA INFORMAÇÃO

Todos os colaboradores estão obrigados a preservar as informações relacionadas a qualquer atividade da empresa. Isso vale para documentos, contratos, registros financeiros e contábeis, fotos ou imagens das marcas e áreas internas da companhia, incluindo seus parques industriais, relatórios de qualquer natureza, projetos, pesquisas de opinião e de mercado, planos comerciais e de marketing, e programas de gerenciamento das informações, que são de uso restrito da organização.

Ninguém está autorizado a passar informações corporativas sem autorização, seja por meios formais (cartas, relatórios, apresentações, e-mails corporativos etc.) ou informais (redes sociais, aplicativos de mensagens eletrônicas etc.).

Todos os programas, planos e projetos desenvolvidos ou criados durante o tempo de atividade do colaborador junto à companhia são de propriedade da empresa.

Os colaboradores e prestadores de serviços devem zelar pelas informações que pertencem à empresa, assegurando que elas estejam protegidas e que não possam ser acessadas por pessoal não autorizado.

3.19 CONFLITO DE INTERESSE

3.19.1 VOCÊ SABE O QUE É UM CONFLITO DE INTERESSE?

O conflito de interesses acontece quando um colaborador influencia ou pode influenciar uma decisão empresa, que resulte ou possa resultar em algum ganho pessoal, direto ou indireto, para si, membros da família ou amigos, bem como exercer qualquer outra atividade durante seu horário de trabalho.

Nossos colaboradores têm o direito de participar de atividades externas, desde que não afetem interesses com a empresa.

As ações praticadas pelos colaboradores não podem ter conflito com os interesses da organização, nem podem causar danos à imagem e reputação da empresa.

3.19.2 POR ESSE MOTIVO, O COLABORADOR NÃO DEVE:

- Ter interesse pessoal que possa influenciar na realização de um possível negócio de interesse empresa, como a contratação de parentes ou de fornecedores com os quais possuem relações comerciais privadas;
- Obter benefícios particulares de fornecedores, prestadores de serviços, clientes e concorrentes;
- Utilizar o nome da empresa, cargo, função, atividade, posição e/ou influência para obter privilégios ou vantagens pessoais, inclusive para familiares ou pessoas relacionadas;
- Prestar serviços para empresas fornecedoras, clientes, concorrentes e outras que apresentem conflito de interesse.

E deve:

- Obter autorização prévia, de acordo com políticas específicas, para exercer qualquer atividade em nome da empresa, ou utilizar seu nome ou suas instalações;
- Comunicar, caso qualquer empresa de sua propriedade, de seus familiares ou pessoas de seu relacionamento próximo for prestar serviços ou estiver sendo objeto de transação ou negociação com a empresa.

OBS: A contratação de parentes – seja por consanguinidade ou por afinidade – somente será permitida pela empresa quando não implicar em conflito de interesse real ou aparente.

Parentes não podem ter relação de subordinação, não podem trabalhar na mesma área e mesmo atuando em áreas diferentes, não podem trabalhar de forma onde há relação de supervisão, controle ou auditoria entre as áreas de atuação dos colaboradores com grau de parentesco. Exemplos de áreas onde a relação de supervisão, controle ou auditoria (mas não limitadas a estas): Controladoria, Recursos Humanos, Auditoria etc.

3.20 CONTATO COM A MÍDIA E PUBLICIDADE

As relações com a imprensa devem ser pautadas pela ética, confiança, respeito, objetividade e transparência, para preservar o conceito e imagem da empresa junto a clientes, comunidades, governos e mercados. Quando divulgamos informações nos meios de comunicação, buscamos dar visibilidade às nossas práticas de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social, além de fortalecer nossa imagem nos campos mercadológico e institucional.

Os colaboradores devem cuidar da imagem institucional, reputação empresarial, produtos e serviços da empresa, sendo que todo contato com qualquer veículo de comunicação deverá ser, obrigatoriamente, autorizado pelo setor de Comunicação Institucional da empresa. Por isso:

- Nunca forneça informações e/ou entrevistas sem estar expressamente autorizado pela organização;
- Pessoas não autorizadas não podem ter contato com a imprensa em nome da empresa;
- Pessoas não autorizadas não podem divulgar dados, fotos ou imagens da companhia, de suas marcas ou de áreas internas, incluindo seus parques industriais, seja por meios formais (cartas, relatórios, apresentações, e-mails corporativos etc.) ou informais (redes sociais, aplicativos de mensagens eletrônicas etc.);

- Oriente os fornecedores a não divulgarem nenhum projeto sem autorização expressa da empresa;
- Ao identificar qualquer veiculação incorreta de dados ou notícias que afetem a imagem da empresa, informe, imediatamente, o setor de Comunicação Institucional, seu superior imediato ou ainda por meio da Linha Ética;
- Quando os colaboradores da organização forem convidados a fazer discursos, palestras ou a publicar artigos que contenham tópicos relacionados à empresa, os textos devem ser previamente aprovados pelo departamento de Comunicação Institucional da empresa;
- É proibida a veiculação de informações inverídicas, incorretas ou sigilosas sobre os assuntos relacionados à empresa.

Faz parte da nossa política representar a empresa de forma fiel, completa e com bom gosto em todas as ações de publicidade. Não permitimos:

- Propagandas ou reclamações não compatíveis com os valores corporativos da empresa;
- Demonstrações e comparações falsas ou enganosas sobre os produtos e serviços da organização;
- A utilização de propagandas e meios de comunicação para desprezar um concorrente ou seus produtos e serviços.

3.21 FILIAÇÃO A ORGANIZAÇÃO SEM FINS LUCRATIVOS

É assegurada aos colaboradores a liberdade de associação e filiação, no seu tempo livre, a organizações sem fins lucrativos para a realização de trabalhos filantrópicos e sociais.

Entretanto, a sua participação não pode estar, de nenhuma forma, vinculada empresa.

3.22 FILIAÇÃO A ORGANIZAÇÃO COM FINS LUCRATIVOS

É proibido que os nossos colaboradores exerçam atividades em organização com fins lucrativos que comprometam sua dedicação ao trabalho exercido na organização.

Também não permitimos a realização de atividade similar que conflite com os horários e funções em que os colaboradores estejam trabalhando, ou ainda, a atuação em qualquer outro segmento cujas atribuições possam, de alguma forma, comprometer a integridade, confiabilidade e segurança da empresa.

3.23 TRABALHO VOLUNTARIADO

Estimulamos que os colaboradores exerçam sua cidadania por meio de trabalhos voluntários. Para nós, as ações beneficiam também os próprios voluntários, na medida em que despertam para novas habilidades e competências, como o comprometimento com a transformação social e a satisfação em ver que, com pequenas ações, é possível fazer algo grandioso por um mundo melhor.

Acreditamos que valorizar o trabalho voluntário dos colaboradores é uma maneira de reconhecer a dedicação de tempo e talento e uma das maneiras mais efetivas de multiplicar e perpetuar o espírito do voluntariado dentro da empresa. Além disso, é uma forma de engajar e mobilizar aqueles que ainda não participam, incentivando-os à prática do trabalho voluntário.

3.24 INFORMAÇÕES CONFIDENCIAIS E PRIVILEGIADAS

3.24.1 VOCÊ SABE O QUE É INFORMAÇÃO CONFIDENCIAL?

Informação Confidencial é qualquer dado técnico e comercial sobre serviços, estratégias de negócios e de comercialização, planejamento de curto e longo prazo, orçamentos anuais, resultados de pesquisas, dados estatísticos, financeiros e contábeis, campanhas, projetos, propostas comerciais, assim como quaisquer outras informações ou dados que estejam vinculados ou relacionados com o interesse empresarial da empresa.

3.24.2 E INFORMAÇÃO PRIVILEGIADA? VOCÊ CONHECE?

Informação Privilegiada é o conhecimento de atos, fatos ou acontecimentos capazes de influenciar no mercado e causar interferências nas implantações de estratégias de vendas, marketing, negociações comerciais ou de qualquer natureza, que cause prejuízos ou riscos para a organização, enquanto essa informação ainda não é de conhecimento do público.

Lembrando que, para que uma informação seja considerada pública, ela precisa ser difundida de modo oficial através dos meios cabíveis.

- As informações classificadas como confidenciais recebidas pelos nossos colaboradores não podem ser divulgadas externamente;
- Somente pessoas autorizadas podem fornecer informações relevantes a terceiros;
- Não divulgamos informações sobre nossos colaboradores, exceto quando autorizado por eles ou mediante exigência legal;
- Todas as informações que dizem respeito a clientes são confidenciais e não podem ser divulgadas.

Não se esqueça de:

- Proteger informações consideradas importantes, que possam prejudicar a imagem e os negócios da empresa e de seus clientes ou o bom andamento de uma determinada unidade organizacional;
- Obedecer à legislação vigente;
- Evitar que se tornem públicas as informações que dizem respeito ao nosso relacionamento com nossos colaboradores. Cada colaborador deve zelar para que informações de propriedade da empresa fiquem devidamente protegidas e não possam ser acessadas por pessoas não autorizadas.

3.25 USO DOS RECURSOS DA EMPRESA

Todos os colaboradores devem manter o compromisso de utilizar os recursos da empresa de maneira correta e apropriada, de forma responsável e profissional, evitando a perda, desperdício, furto, sabotagem e má utilização.

Os recursos da empresa consistem nas máquinas e equipamentos, suprimentos, imóveis, instrumentos/ferramentas, estoques, propriedade intelectual, direitos autorais, marcas registradas, informação confidencial, estratégia e comunicação por voz e e-mail, além dos sistemas de computadores e softwares.

Todos esses recursos são disponibilizados para nossos colaboradores com o objetivo de proporcionar condições necessárias à realização das atividades profissionais.

Somente a administração da empresa pode autorizar o uso dos equipamentos corporativos fora do ambiente de trabalho. Também não é permitido o uso dos recursos da empresa para fins pessoais.

3.26 OFERECIMENTO DE BRINDES E PRESENTES

Os colaboradores devem se abster de oferecer presentes de valores relevantes, descontos em transações de caráter pessoal, viagens, ou quaisquer outros similares. Somente poderão ser oferecidos a pessoas que não integram a organização objetos a título de “brindes promocionais”, identificados como de distribuição gratuita e sem valor comercial.

O oferecimento de brindes, cortesias ou convites para eventos somente pode ser feito com prévia autorização da empresa.

É absolutamente vedada a oferta de dinheiro, compensações financeiras, ou vantagem de qualquer espécie ou natureza.

3.26.1 RECEBIMENTO DE BRINDES E PRESENTES

Somente poderão ser aceitos pelos integrantes da organização, em consideração à etiqueta social, objetos que se caracterizem como brindes, identificados como de distribuição gratuita e sem valor comercial. Não permitimos que nossos colaboradores:

- Aceitem presentes, refeições, ingressos para eventos e entretenimento, ou qualquer outro item com valor superior a trezentos reais;
- Recebam ofertas em dinheiro, compensações financeiras, benefícios ou vantagem de qualquer espécie ou natureza;
- Recebam como brinde produtos comercializados empresa;

Caso sejam recebidos presentes incompatíveis com esta norma, deverão ser encaminhados à gerência do departamento, que providenciará a devolução a quem ofertou, acompanhada do devido agradecimento, e comunicará o fato à área de Compliance.

3.27 MÍDIAS SOCIAIS

O acesso à internet tornou as vidas pessoais e profissionais cada vez mais próximas. Por esta proximidade, a empresa recomenda uma postura que seja condizente com nossos princípios éticos e traça as seguintes diretrizes aos seus colaboradores.

Os colaboradores devem:

- Adotar postura seletiva e criteriosa na utilização de redes sociais;
- A utilização de pseudônimos não isenta a observância dos limites éticos de conduta e não exclui a incidência das normas vigentes;
- Evitar expressar opiniões ou compartilhar informações que possam prejudicar a confiança dos seus fornecedores, clientes, parceiros de negócios na Instituição;
- Evitar manifestações cujo conteúdo, por impróprio ou inadequado, possa repercutir negativamente mesmo em grupos restritos, ou atente contra a moralidade;

- Evitar participar de embates ou discussões, principalmente com a imprensa;
- Evitar compartilhar conteúdo ou a ele manifestar apoio sem convicção pessoal sobre a veracidade da informação, evitando a propagação de notícias falsas (fake News).

Não é permitido aos colaboradores:

- Emitir ou compartilhar opinião que caracterize discurso discriminatório ou de ódio, especialmente os que revelem racismo, LGBTfobia, misoginia, antissemitismo, intolerância religiosa ou ideológica, entre outras manifestações de preconceitos concernentes a orientação sexual, condição física, de idade, de gênero, de origem, social ou cultural;
- Comentar ou divulgar fotos, vídeos, reportagens, opiniões, frases, entre outras postagens relacionados a organização. A Empresa mantém profissionais especializados para tratar de sua imagem, assim quaisquer interações com o público em geral que envolva a marca da empresa deve ser avaliada por estes profissionais;
- Utilizar a marca ou a logomarca da empresa como forma de identificação pessoal nas redes sociais.
- Responder, em hipótese alguma, com seu perfil pessoal em nome da organização, mesmo que seja relacionada diretamente à sua área de atuação;
- Divulgar dados confidenciais da empresa ou de seus clientes, fornecedores e acionistas nas redes sociais;
- Filmar, fotografar ou realizar qualquer registro digital de documentos, área operacional ou processos administrativos sem autorização;
- Associar a sua imagem pessoal ou profissional à marca de empresas ou de produtos comerciais concorrentes.

3.28 RESPONSABILIDADE PATRIMONIAL

Todo o material de trabalho – equipamentos, veículos, sistemas, telefonia, instalações, suprimentos e materiais de escritório em geral, deve ser utilizado somente para a realização das atividades ligadas aos negócios da empresa.

Além disso, cada colaborador é responsável por preservar e proteger a propriedade e os bens que lhe são confiados, devendo estar atento quanto a situações que possam ocasionar perdas, estragos ou furto do patrimônio da empresa.

3.29 TERCEIROS (PRESTADORES DE SERVIÇO)

Profissionais terceirizados também devem seguir os padrões de segurança da empresa, passando por um processo de integração antes do início de qualquer trabalho.

Os terceirizados somente terão acesso à recepção e às áreas definidas pelos superiores para a realização de serviço. Deverão estar devidamente identificados, autorizados e acompanhados por um colaborador. Ou seja, os terceirizados não devem circular nas dependências da empresa sem o acompanhamento de um responsável.

Não é permitido filmar, fotografar ou realizar qualquer registro digital de documentos, área operacional ou processos administrativos sem prévia autorização.

3.30 VESTIMENTA

Colaboradores em exercício de suas atividades profissionais representam a imagem da empresa e, por esta razão, devem preocupar-se em usar roupas e acessórios que valorizem esta imagem, evitando exposições desnecessárias (decotes, saias curtas, roupas rasgadas, bermudas, camisetas regata, chinelo etc.). Cabe ao gestor da área avaliar se o colaborador está adequadamente trajado.

3.31 UNIFORME

Para as funções em que é obrigatório o uso de uniforme, durante todo horário de trabalho, este é distribuído no ato da admissão, em quantidades necessárias ao desempenho da sua função. O colaborador é responsável pela sua guarda, limpeza e conservação. Ao término do contrato, o colaborador deverá devolver o uniforme.

Caso os colaboradores estejam utilizando o uniforme da empresa em atos que envolvam brigas, ocorrências policiais e qualquer ato que possa comprometer a imagem da empresa fora do horário de trabalho, esclareceremos que o colaborador está sujeito à penalidade prevista no Código de Ética.

3.32 VISITANTES

Os visitantes somente terão acesso à recepção e às salas de reuniões devidamente identificados, autorizados e acompanhados por um colaborador.

3.33 SAÍDA DE MATERIAL

Caso o colaborador ganhe algum presente ou necessite sair com algum embrulho ou outro tipo de material da empresa, não deve se esquecer de comunicar ao seu superior, pois é necessária uma autorização, por escrito, para sair da empresa transportando volumes.

3.34 APARELHOS DE SOM

A empresa determina que a utilização de aparelhos sonoros rádios, tocadores de CDs, MP3, MP4 e outros semelhantes durante o horário de trabalho deve ser realizado através de fones de ouvido de modo que não atrapalhe ouvir o alarme de evacuação do prédio.

3.35 REVISÃO E MANUTENÇÃO DO CÓDIGO

A revisão e a manutenção deste Código de Ética são de responsabilidade da área de Compliance, em conjunto com o departamento de RHDO – Recursos Humanos e Desenvolvimento Organizacional e será realizada sempre que surgir a necessidade de atualização.

A análise vai depender dos dois ambientes com os quais a empresa se relaciona: o interno, com possíveis dilemas, dúvidas e ocorrências éticas; e o externo, com o surgimento de novos conceitos, leis municipais, estaduais ou federais, padrão social e situações éticas, além de conflitos tornados públicos e que ainda não estão previstos no Código de Ética da empresa.

3.36 MEDIDAS DISCIPLINARES E CONSEQUÊNCIAS

Realize atividades sempre de acordo com este Código, pois, independentemente do nível hierárquico, o colaborador que descumprir qualquer item estará sujeito às penalidades aplicáveis, que serão definidas de acordo com a gravidade da ocorrência, podendo envolver advertência, suspensão, rescisão contratual por justa causa ou outras medidas cabíveis conforme legislação vigente e Políticas Interna

Os casos serão classificados como de categoria leves; moderada ou grave.

A omissão em informar qualquer descumprimento também será tratada como infração. Aos infratores deste código serão aplicadas as penalidades disciplinares previstas na legislação trabalhista, ou seja, advertência, suspensão e, em último caso, dissolução do contrato de trabalho. Dependendo do caso, a empresa tem a obrigação legal e ética de levar as violações ao conhecimento das autoridades competentes.

Esta Política não finda possíveis questões éticas que possam ocorrer devendo ser utilizadas como base a sensatez e legislações aplicáveis. As ausências destas questões não limitam a organização na aplicação de medidas disciplinares em conformidade com legislação vigente.

3.37 PROTEÇÃO A DADOS PESSOAIS

Todos os colaboradores da empresa deverão se comprometer em manter protegidos quaisquer dados pessoais a que tiverem acesso, sejam eles em meio Físico (Formulários, Cópias de documentos, entre outros) ou digitais (Sistemas, Redes, Dispositivos, entre outros).

Para atendimento das exigências da Lei nº 13.709/18 - Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), a Empresa determina que está proibida a retirada, divulgação ou circulação de dados ou informações pessoais coletadas ou acessadas no exercício de suas funções.

O que são dados pessoais? Dados que permitem identificar, direta ou indiretamente, um indivíduo, sejam eles colaboradores, clientes, fornecedores, terceiros, parceiros de negócio em geral, dentre outros.

São considerados dados pessoais: nome, RG, CPF, gênero, data e local de nascimento, telefone, endereço residencial, localização via GPS, retrato em fotografia, prontuário de saúde, cartão bancário, renda, histórico de pagamentos, hábitos de consumo, preferências de lazer; endereço de IP (Protocolo da Internet) e cookies, entre outros.

3.38 NOTIFICAÇÃO DE CONDUTA ANTIÉTICA

Caso tenha alguma dúvida sobre qualquer ponto deste Código, esclareça com seu gestor imediato ou mande um e-mail para compliance@milanobrasil.com.br.

É de responsabilidade de cada colaborador notificar imediatamente ao superior hierárquico e/ou à gerência do departamento sobre todas as situações potencialmente contrárias aos princípios éticos ou que sejam ilegais, irregulares ou duvidosas.

A empresa também disponibiliza uma Linha Ética, onde é garantido o direito ao anonimato e tratativas confidenciais as informações passadas pelos colaboradores – sem qualquer risco de punição, retaliação ou represália - que tenham sido feitas de boa-fé.

Os colaboradores podem fazer seus relatos na Linha Ética no seguinte canal:

Site: www.contatoconfidencial.com.br/milanobrasil ou Telefone: 0800 750 5532

DISPONIBILIDADE DA OPERAÇÃO:

Site: 24h por dia, 7 dias por semana

0800 atendimento Pessoal: de seg. à sex. das 9h às 17h

0800 atendimento por Gravação: demais dias e horários



4. RESPONSABILIDADE

Função	Responsabilidade
<i>Colaboradores</i>	<ul style="list-style-type: none">✓ Cumprir e assegurar que, em suas relações, estejam em conformidade com este Código;✓ Reportar sempre os fatos em desacordo com esta política por meio da Linha Ética.
<i>Terceiros</i>	<ul style="list-style-type: none">✓ Aderir e cumprir às disposições deste Código;✓ Zelar pelo cumprimento deste Código e denunciar por meio da Linha Ética, caso tiver conhecimento ou suspeitar de algum ato ilícito ou descumprimento deste Código.
<i>Compliance</i>	<ul style="list-style-type: none">✓ Exercer o papel de instância superior na arbitragem de dúvidas ou conflitos de interpretação das disposições deste Código;✓ Aprovar e monitorar os resultados em relação à aderência deste Código;✓ Garantir o cumprimento deste Código;✓ Zelar pelo contínuo aperfeiçoamento das práticas de <i>Compliance</i>;✓ Incluir no programa de Treinamento a capacitação de todos;✓ Verificar o cumprimento efetivo das diretrizes estabelecidas neste Código.

5. REGISTROS

N/A.

6. ANEXOS

(Anexo I) TERMO DE ENTREGA E COMPROMISSO

Declaro que: recebi, li e compreendi o Código de Ética da Comercial Milano Brasil Ltda.; concordo integralmente com as regras e orientações nele contidas e assumo o compromisso de cumpri-las integralmente.

Nome:

Unidade:

Cargo:

Matrícula:

CPF: