



**CÓDIGO DE CONDUTA  
EMPRESARIAL | COMPLIANCE  
PARA O SETOR DE  
RECICLAGEM ANIMAL**

## AGRADECIMENTO

Agradecemos à Associação Nacional de Hospitais Privados – Anahp a gentileza em compartilhar com a ABRA os conhecimentos e a experiência na área de *compliance*, tendo sido fundamental na elaboração do código de conduta do setor de reciclagem animal.

## DIRETORIA EXECUTIVA

**Clênio Antônio Gonçalves**  
Presidente

**Robinson Hoyer**  
1º vice-presidente

**Pedro Bittar**  
2º vice-presidente

**Emerson Germiniani**  
3º vice-presidente

**Edson Argenton**  
4º vice-presidente

**Josadack Assis**  
5º vice-presidente

## GRUPO DE ESTUDOS CÓDIGO DE CONDUTA (COMPLIANCE) PARA O SETOR DE RECICLAGEM ANIMAL

**Catia Macedo**  
Gestora de Projetos

**Fernanda Finkler**  
Assessora de Comunicação

**Lucas Soares Portela**  
Analista de Inteligência Comercial

## SOBRE A ABRA

A Associação Brasileira de Reciclagem Animal – ABRA, fundada em 2006, congrega as empresas recicladoras de Resíduos de Origem Animal - ROA do Brasil e assume o papel de orientá-las em prol de um setor cada vez mais forte.

Tem como definições estratégicas:

### MISSÃO

Impulsionar o setor de reciclagem animal brasileiro por meio de ações estratégicas que desenvolvam potencial para inserção e competição nos cenários nacional e internacional, zelando pela qualidade, sanidade e sustentabilidade.

### VISÃO

Ser reconhecido nos cenários internacional e nacional pela qualidade, sanidade e sustentabilidade do setor de reciclagem animal na produção de alimentos seguros.

### VALORES

- 1. Ética.** Atuar com transparência e confiabilidade nas relações.
- 2. Responsabilidade.** Agir com respeito a todos os atores, contratos e acordos assumidos.
- 3. Sustentabilidade.** Ser, contínua e progressivamente, comprometido com o meio ambiente.
- 4. Qualidade.** Evidenciar e sobressair-se pela qualidade dos produtos.
- 5. Cultura associativista.** Entender o agir em grupo visando o resultado de todos.

Desde sua criação, a instituição atua em busca de soluções que incentivem o desenvolvimento do setor, dialogando com órgãos das diversas esferas públicas e privadas, totalmente alinhada com o desenvolvimento sustentável da indústria recicladora dos resíduos de origem animal e com a satisfação dos associados.

O acesso a mercados, uma das questões cruciais para qualquer setor, é visto com grande atenção pela ABRA, que articula com governo e empresas e monitora barreiras impostas aos produtos de reciclagem animal na busca por soluções.

Mas é preciso fazer mais. O anseio é ampliar seu papel à frente do setor, estendendo as ações para o maior número de empresas, gerando oportunidades para o desenvolvimento das indústrias e conseqüentemente do setor.

## APRESENTAÇÃO

Promover a melhoria contínua nas indústrias de reciclagem animal, atuar com transparência e confiabilidade e contribuir para a sustentabilidade do setor são alguns dos princípios norteadores da ABRA – Associação Brasileira de Reciclagem Animal.

O Código de Conduta Empresarial para o setor de Reciclagem Animal nasceu da necessidade de contribuir para a busca por um setor mais transparente em suas ações e necessidades.

O setor da reciclagem animal vem buscando de forma sistêmica regras de conduta para orientar as suas atividades e evitar desvios de conduta no mercado corporativo que, junto com os princípios de Governança Corporativa, tornam-se elementos orientadores para remover do mercado práticas não adequadas.

No Brasil, foi promulgada a Lei no. 12.846 de 2013, também conhecida como “Lei Anticorrupção”. É uma importante aliada para estimular as empresas em todo o país a adotarem códigos de conduta. Ainda, uma empresa com estrutura de conduta empresarial definida (*Compliance*) tem vantagem competitiva no mercado e se apresenta de forma positiva para os diversos atores da cadeia de Reciclagem Animal.

Ao avaliar o cenário global que apresenta movimentos por mais ética e transparência nas relações e a ação do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA, que desenvolveu o Programa de Conformidade do Agronegócio Brasileiro, o Agro+ Integridade - um programa de *Compliance* que busca aprimorar os mecanismos de prevenção, detecção e remediação de fraudes, irregularidades e desvios de conduta no âmbito interno do Ministério e das empresas e entidades que mantém interfaces com o Mapa - a ABRA identificou a necessidade de contribuir com o setor a partir das suas experiências e dos debates internos sobre Conduta Empresarial (*Compliance*).

É um valor proposto no plano estratégico da ABRA a satisfação dos associados através de ações éticas e representativas. Portanto, a elaboração deste Manual vai ao encontro dessa premissa. Sua formulação contou com a dedicação de colaboradores da associação, profissionais experientes e cientes da necessidade de se estimular a prática de condutas éticas e adequadas nas relações do setor.

A ABRA espera, com essa iniciativa, estimular as empresas do setor de Reciclagem Animal, na elaboração de seus Código de Conduta Ética Empresarial, atendendo assim, a necessidade do mercado por relações mais transparentes.

Esta publicação representa mais um passo importante para o aprimoramento das relações do setor de Reciclagem Animal brasileiro.



**Clênio Antônio Gonçalves**  
Presidente da ABRA

# SUMÁRIO

<b>I. INTRODUÇÃO</b>	07
A. OBJETIVOS	07
B. ABRANGÊNCIA	08
<b>II. PRINCÍPIOS A SEREM CONTEMPLADOS</b>	09
A. INTEGRIDADE	09
B. TRANSPARÊNCIA	09
C. VALORIZAÇÃO DO CAPITAL HUMANO	09
D. RESPEITO PELO MEIO AMBIENTE	09
E. COMPROMISSO COM A EMPRESA	09
F. RELACIONAMENTOS CONSTRUTIVOS E TRANSPARENTES	09
G. LIDERANÇA RESPONSÁVEL	10
<b>III. DIRETRIZES GERAIS PARA A CONDUTA DAS EMPRESAS DE RECICLAGEM ANIMAL</b>	11
A. GESTÃO FINANCEIRA, CONTÁBIL E PATRIMONIAL	11
B. INCENTIVOS	11
C. DOAÇÕES	12
D. COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	12
<b>IV. RELACIONAMENTO COM AS PARTES INTERESSADAS</b>	13
A. AUTORIDADES GOVERNAMENTAIS E ÓRGÃOS PÚBLICOS	13
B. INTERAÇÕES E RELACIONAMENTO COM CLIENTES	13
C. RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES	13
<b>V. CONFLITOS DE INTERESSE</b>	15
<b>VI. ADESÃO AO CÓDIGO DE CONDUTA E DIVULGAÇÃO</b>	16
<b>VII. REPORTE DE CONDUTAS IMPRÓPRIAS</b>	17
<b>VIII. ANEXO</b>	18
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	20

## I. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos muitas empresas passaram a adotar regras de conduta para orientar suas atividades. O objetivo é valorizar as boas práticas de gestão e condutas exemplares nos negócios e na vida organizacional. Tais regras são geralmente reunidas em códigos de conduta com escopo abrangente e genérico, sendo posteriormente detalhadas por meio de políticas ou procedimentos internos.

O passo seguinte ao desenvolvimento do código, é o seu cumprimento, o que muitas vezes recebe o nome de *Compliance*. Em outras palavras, a ideia é estar em conformidade com as regras estabelecidas. Este tipo de diretriz visa evitar, detectar e, se necessário, tratar os desvios identificados ou ainda as não conformidades.

A necessidade de formalizar essas regras surgiu com a publicação da Portaria nº 705 de 07 de abril de 2017, que instituiu o Programa de Integridade (*compliance*) no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA, prevendo basicamente uma política de atuação voltada para o ambiente interno e externo.

Para implementar um modelo de *Compliance* é preciso elaborar um código de conduta a ser seguido por toda a organização. Tal código deve conter normas e diretrizes que orientem a conduta dos líderes e colaboradores, de modo a minimizar os riscos relacionados aos conflitos de interesse existentes na vida organizacional e nas relações externas.

A adoção ou o aprimoramento de códigos pelas indústrias propiciará maior transparência nas relações com os demais atores do setor, conferindo-lhes maior confiabilidade perante seus clientes. Esta iniciativa deve proporcionar relações comerciais e profissionais mais éticas, aumentando o reconhecimento das organizações que explicitam seus princípios de conduta.

O envolvimento da alta liderança das organizações com o tema é o passo inicial e fundamental para o desenvolvimento deste tipo de sistema.

O Código de Conduta Empresarial para o setor da reciclagem animal representa a primeira iniciativa para a sistematização da discussão e da abordagem do tema no setor. Portanto, trata-se de um projeto em constante construção e aprimoramento, e tem por objetivo definir princípios e condutas consideradas exemplares para nortear relações.

Esta é uma proposta de tópicos fundamentais a serem abordados em um código de conduta, inspirado por princípios éticos.

### A. OBJETIVOS

- Auxiliar as indústrias do setor de reciclagem animal na elaboração de seus códigos de conduta de normas internas que visem ao atendimento e cumprimento das leis e regulamentações, garantindo sua estabilidade e perpetuidade.
- Preservar a imagem e a boa reputação das empresas e do setor.
- Incentivar relacionamento construtivo entre as partes interessadas, tanto internamente, com gestores e colaboradores, quanto externamente, com clientes, fornecedores, prestadores de serviço, credores, investidores, autoridades e comunidades.
- Aprimorar os resultados das atividades do setor.

- Estabelecer mecanismos para administrar conflitos (internos e externos).
- Elevar o nível de confiança nas relações internas e externas.
- Servir de referência para a avaliação de eventuais violações de normas e de conduta.
- Garantir a comunicação efetiva dos valores organizacionais a todas as partes interessadas.

## **B. ABRANGÊNCIA**

O código de conduta deve contemplar todos os colaboradores da organização, em todos os níveis e em todas as unidades; além de colaboradores, fornecedores, clientes, autoridades governamentais e demais envolvidos na cadeia, recíprocas e não unilaterais.



## II. PRINCÍPIOS A SEREM CONTEMPLADOS

### A. INTEGRIDADE

Integridade pessoal e profissional são aqui entendidas como o respeito às leis vigentes no país, tanto para os cidadãos quanto para as empresas e profissionais, bem como respeito às normas internas da empresa.

### B. TRANSPARÊNCIA

As empresas que seguem o conceito da governança corporativa são transparentes, obedecem ao critério da relevância, divulgam informações que de fato interessam aos seus públicos, sejam elas obrigatórias por lei ou não. As informações sobre os produtos e serviços prestados são verdadeiras, completas, atualizadas e sempre que aplicável e necessário, sustentadas por evidências científicas.

### C. VALORIZAÇÃO DO CAPITAL HUMANO

A empresa reconhece que seu sucesso depende da motivação de seus colaboradores, além da satisfação de seus clientes. A empresa é responsável por criar ambiente propício ao desenvolvimento do trabalho de todos. As relações internas e externas são pautadas pelo respeito e dignidade humana, mesmo em situações em que haja opiniões divergentes ou conflitos de interesses.

### D. RESPEITO PELO MEIO AMBIENTE

A empresa respeita o meio ambiente e a legislação a ele relacionada, previne os danos que possam ser causados por suas atividades, promove ações neste sentido e auxilia no desenvolvimento de cultura que valorize o meio ambiente e o setor.

### E. COMPROMISSO COM A EMPRESA

Gestores, colaboradores e fornecedores devem estar comprometidos com a melhoria das atividades e dos resultados da empresa, o que inclui tanto aspectos da qualidade dos produtos, quanto serviços prestados. Para tanto deve haver alinhamento de tal compromisso entre as partes.

Os bens da empresa, incluindo seus sistemas de informação, devem ser utilizados em assuntos de interesse da própria instituição. Nenhuma das partes interessadas pode tirar qualquer tipo de proveito pessoal de oportunidades de negócios que surjam dentro do ambiente de trabalho e que estejam claramente relacionados aos interesses da empresa.

## **F. RELACIONAMENTOS CONSTRUTIVOS E TRANSPARENTES**

A empresa assume seu papel na sociedade, estabelecendo relações internas e externas transparentes, que contribuam para o desenvolvimento sustentável do setor e posicionamento ético e confiável.

## **G. LIDERANÇA RESPONSÁVEL**

Os líderes são responsáveis pelo sucesso da empresa. Para tal devem usar seu poder e conhecimento em benefício do êxito de seus colaboradores, informando-os sobre os planos da empresa e motivando-os. O trabalho em equipe deve ser sempre estimulado e valorizado, contribuindo para um ambiente de maior cooperação. Ideias novas, críticas e sugestões dos colaboradores devem ser valorizadas com vistas à contínua inovação. O mérito dos colaboradores deve pautar as escolhas e promoções.

Os líderes devem assumir seu papel por meio do exemplo, orientando e garantindo as boas práticas dentro da empresa.

### III. DIRETRIZES GERAIS PARA A CONDUTA DAS EMPRESAS DE RECICLAGEM ANIMAL

#### A. GESTÃO FINANCEIRA, CONTÁBIL E PATRIMONIAL

A empresa deve manter a exatidão e confiabilidade de seus sistemas contábeis, assegurando o real retrato da sua situação patrimonial, econômica e financeira.

As práticas e registros contábeis devem obedecer aos princípios preconizados nas regulamentações vigentes, normas fiscais e melhores práticas.

As informações e documentos relacionados à operação da empresa precisam ser preservados com cuidado e responsabilidade, obedecendo aos prazos legais estabelecidos. Todos os registros oficiais devem ser colocados à disposição dos auditores e autoridades fiscais, seguindo as regras convencionais.

A integridade e veracidade dos dados contábeis e financeiros refletem a retidão e credibilidade da empresa.

#### B. INCENTIVOS

Um dos principais pontos de qualquer programa de *Compliance* diz respeito à corrupção, tanto pública quanto privada.

Essa preocupação aumentou significativamente no Brasil em razão da promulgação da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, que dispõe sobre a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos de corrupção de agentes públicos nacionais e estrangeiros.

As organizações devem manter e divulgar políticas sobre atos impróprios de partes privadas (fornecedores, fabricantes de equipamentos, insumos entre outros) e de agentes públicos (funcionários públicos, órgãos públicos, partidos políticos, etc.).

Os incentivos considerados inadequados são:

- (i) qualquer forma de dinheiro;
- (ii) vales-presente;
- (iii) a propriedade ou uso de bens de valor;
- (iv) mercadorias e produtos;
- (v) hospedagens;
- (vi) recebimento de serviços;
- (vii) refeições e outras formas de entretenimento;
- (viii) viagens e despesas de viagens;
- (ix) uso de outros incentivos como diárias, tíquetes de eventos sociais, culturais ou esportivos; e

- (x) pagamento de obrigações pessoais ou de qualquer outra coisa de valor.

Recomenda-se que tais incentivos sejam vedados não apenas aos colaboradores de instituições diversas, mas também às pessoas a eles relacionadas, tais como cônjuge, filhos, parentes, amigos, etc.

As organizações devem definir um valor máximo de incentivo permitido e divulgar listagem de situações de exceção.

### **C. DOAÇÕES**

Similarmente ao que ocorre com os incentivos, as organizações também devem ter políticas claras sobre o recebimento e a efetuação de doações, principalmente às instituições sem fins lucrativos, cujas receitas, em alguns casos, também são compostas pelo recebimento de doações.

As doações não devem ser vinculadas à prática de atos omissivos ou comissivos em benefício de uma determinada pessoa ou entidade.

Eventuais doações a partidos políticos e/ou candidatos (pessoa física) devem ser devidamente declaradas aos órgãos fiscalizadores, obedecendo a legislação em vigor.

As doações devem ser atos descomprometidos, sem a geração de qualquer tipo de vantagem em contrapartida.

### **D. COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO**

Quaisquer manifestações de comunicação da empresa devem estar alinhadas às diretrizes e políticas institucionais de comunicação.

Nenhum colaborador deve ser autorizado a se manifestar em nome da empresa, exceto seus porta-vozes oficiais.

Os colaboradores e parceiros devem preservar a confidencialidade, integridade e disponibilidade da informação a respeito da empresa. Isto refere-se, sobretudo, às informações que caso divulgadas poderão trazer prejuízos à empresa ou ao setor, aqui denominadas informações estratégicas.

São elas: planos estratégicos e de marketing; conhecimento sobre processos produtivos e procedimentos; dados relacionados às áreas de negócios; contratos; dados financeiros, contábeis e gerenciais; relatórios de auditorias; informações cadastrais das partes interessadas; outros dados ou informações estratégicas.

Os colaboradores devem ainda seguir as orientações institucionais referentes ao uso dos meios de comunicação disponíveis, inclusive e-mail e redes sociais.

## IV. RELACIONAMENTO COM AS PARTES INTERESSADAS

### A. AUTORIDADES GOVERNAMENTAIS E ÓRGÃOS PÚBLICOS

As organizações devem cumprir rigorosamente todas as obrigações que a legislação impõe, evitando conflitos com as autoridades responsáveis por sua aplicação.

As relações com as autoridades devem se dar de forma respeitosa e com independência.

Este relacionamento deve ser conduzido por meio de pessoas especialmente autorizadas para esta função. Não são aceitáveis quaisquer tentativas de influenciar decisões das autoridades por meios condenáveis.

### B. INTERAÇÕES E RELACIONAMENTO COM CLIENTES

A empresa deve prezar pela qualidade, confiabilidade dos produtos e serviços prestados, pelo cumprimento dos acordos e contratos firmados. O cliente deve ser tratado com educação, respeito e ciência. Toda e qualquer ação tem como meta a integridade do produto e das relações comerciais.

#### I. Confidencialidade das informações

As informações relacionadas aos produtos são coletadas e registradas em controles específicos.

A proteção destas deve ser assegurada por meio de políticas e procedimentos específicos. Os profissionais devem respeitar a confidencialidade.

### C. RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES

A organização deve desenvolver manual de relacionamento com os fornecedores, que contenham orientações, diretrizes e critérios de gestão.

De modo geral, deve sempre prevalecer o interesse institucional sobre os interesses particulares. Valoriza-se a responsabilidade, a dignidade, a conduta ética, a ciência e a eficácia nas relações comerciais.

As informações relacionadas aos fornecedores devem ser tratadas com sigilo para não beneficiar empresas ou pessoas em quaisquer das etapas da negociação.

As empresas devem ter igual oportunidade de participação e de condições nos processos de escolha, homologação e contratação de fornecedores.

As escolhas devem ser feitas de forma justa, com base no preço, prazo e qualidade dos produtos e serviços oferecidos, buscando sempre a melhor relação custo-benefício para a empresa, segundo as políticas e normas estabelecidas.

Os princípios e normas de conduta da empresa devem ser igualmente seguidos pelos fornecedores de matérias-primas e insumos bem como prestadores de serviços. Todos devem adotar postura ética compatível com princípios, valores e normas que promovam a cidadania e o desenvolvimento humano, visando a uma sociedade mais justa, sustentável e solidária.

### **Os fornecedores podem ser de produtos e de serviços**

Os fornecedores são avaliados segundo padrões técnicos de qualidade, em conformidade com os requisitos legais e sanitários, as normas regulamentadoras, a segurança do trabalhador e o respeito ao meio ambiente. Tais fornecedores deverão ser auditados periodicamente pela empresa.

## V. CONFLITOS DE INTERESSE

Os conflitos de interesses estão presentes na vida cotidiana da sociedade e, conseqüentemente, de quase toda empresa. A natureza das atividades e das práticas vigentes nos vários ramos de atividade, assim como na reciclagem animal, podem favorecer o surgimento de conflitos de interesse. Vários são os atores envolvidos, não necessariamente com os mesmos interesses, apesar de as pessoas serem o elo dos diferentes *stakeholders*.

Os colaboradores não devem se envolver direta ou indiretamente em ações que possam ser contrárias aos interesses ou a imagem da empresa. Isso inclui a obtenção de benefícios pessoais em função de decisões ou ações corporativas, nepotismo, uso de informação confidencial para fins contrários aos interesses da organização, bem como a divulgação desta indevidamente.

Os colaboradores devem comunicar quaisquer conflitos de interesse ao seu gestor, incluindo envolvimento direto ou indireto em atividades que possam suscitar eventuais conflitos com as atividades da organização.

Sugere-se que a organização estabeleça suas políticas e regras sobre contratação de parentes de colaboradores.

### **Configuram conflito de interesse, entre outros:**

- Negócio em que de um lado envolva o diretor, gestor, membro da direção, ou pessoa a eles ligada, qualquer que seja o conteúdo do negócio;
- negócios, fatos ou situações em que o diretor, gestor, membro da direção, ou pessoa a eles ligada, tenha interesse na relação;
- a omissão ou sonegação de informações à entidade e aos seus dirigentes e prepostos, impedindo ou prejudicando a combinação de esforços e a solidariedade na consecução dos objetivos;
- a utilização, para contratos ou encomendas pessoais, de empresas com as quais tenham relações comerciais no âmbito das suas atividades em nome da empresa, caso estas possam retirar qualquer benefício do contrato ou encomenda pessoal; e
- relação comercial ou participação das atividades de empresa concorrente ou cliente ou de atividades paralelas que impeçam o colaborador / prestador de serviço de cumprir as suas responsabilidades.

## VI. ADESÃO AO CÓDIGO DE CONDUTA E DIVULGAÇÃO

Todos os colaboradores da empresa, independentemente de seu vínculo ou sua função (fornecedores, parceiros, prestadores de serviços, etc.), devem receber uma cópia do código, tomar conhecimento de seu teor e assinar termo específico.

É desejável que todos os associados tenham seus manuais de conduta à luz deste manual e que todos assinem um termo de compromisso e adesão ao manual da ABRA.

O contato com o código e termo de compromisso com o mesmo deverá se dar preferencialmente por meio de treinamento específico para este fim.

O código deverá ser amplamente divulgado e veiculado em meios facilmente acessíveis aos demais *stakeholders*, tais como associados, fornecedores, agentes públicos, etc. Os contratos devem conter cláusula específica de ciência sobre existência do mesmo.



## VII. REPORTE DE CONDUTAS IMPRÓPRIAS

É fundamental que as empresas e a ABRA disponibilizem e incentivem todos os colaboradores, parceiros, fornecedores, terceiros, etc, a utilizar canal de comunicação apropriado para relato de dúvidas ou eventuais condutas impróprias. Este canal direto possibilita contribuir de forma responsável e confiável com a manutenção de ambiente de trabalho ético, seguro, e ciente e com qualidade.

As sugestões, dúvidas e relatos recebidos devem ser apurados de forma sistematizada e sigilosa.

As apurações e análises específicas, devem ser conduzidas por área independente das que foram questionadas.

**Email:** [conduta@abra.ind.br](mailto:conduta@abra.ind.br)

**Telefone:** + 55 (61) 3201 . 7199 / (61) 3201 . 7198

**Link:** [abra.ind.br](http://abra.ind.br)

## VIII. ANEXO

### MODELO DE TERMO DE COMPROMISSO COM O CÓDIGO DE CONDUTA

Declaro que recebi e estou de acordo com o Código de Conduta Empresarial da Associação Brasileira de Reciclagem Animal - ABRA. Fui informado (a) sobre os canais de informação para relatar uma possível violação do Código ou da Legislação.

Estou ciente que o descumprimento de quaisquer das normas do Código poderá acarretar no rompimento de minhas atividades junto à associação, além das possíveis implicações legais.

Nome:

CPF ou CNPJ:

Cadastro funcional:

Cargo ou função ou área de atuação:

Unidade ou departamento:

Local e data:

---

Assinatura

## MODELO DE TERMO DE CONFIDENCIALIDADE E SIGILO

Eu, (NOME), (NACIONALIDADE), (ESTADO CIVIL), (CARGO/FUNÇÃO), inscrito(a) no CPF sob o nº \_\_\_\_\_; CTPS nº: \_\_\_\_\_ série \_\_\_\_\_, assumo o compromisso de manter a confidencialidade e sigilo sobre todas as informações técnicas e comerciais relacionadas ao cargo, função ou atividade que exerço na \_\_\_\_\_.

Por este termo de confidencialidade e sigilo comprometo-me:

1. A não utilizar as informações confidenciais a que tiver acesso, para gerar benefício próprio exclusivo e/ou unilateral, presente ou futuro, ou para o uso de terceiros.
2. A não efetuar nenhuma gravação ou cópia da documentação a que tiver acesso sem prévia autorização.
3. A não me apropriar de material confidencial e/ou sigiloso da área de inteligência, tecnologia ou área comercial que venha a ser disponível para gerar benefício próprio ou para o uso de terceiros.
4. A não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-me por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por meu intermédio, e obrigando-me, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano e / ou prejuízo oriundo de uma eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.

Neste Termo, as seguintes expressões serão assim definidas:

Informação Confidencial: significa toda informação obtida em razão do trabalho desenvolvido na \_\_\_\_\_, seja ele de pesquisa ou não, sob a forma escrita, verbal ou por quaisquer outros meios.

Informação Confidencial inclui, mas não se limita a informação relativa às pesquisas de mercado, operações de associados, processos judiciais em segredo de justiça, planos ou intenções, informações sobre produção, habilidades especializadas, projetos, métodos e metodologia, fluxogramas, especializações, componentes, fórmulas, produtos e questões relativas ao desempenho das atividades laborais.

A vigência da obrigação de confidencialidade e sigilo, assumida pela minha pessoa por meio deste termo, terá a validade enquanto a informação não for tornada de conhecimento público por qualquer outra pessoa, ou mediante autorização escrita, concedida à minha pessoa pela \_\_\_\_\_.

Durante o contrato de trabalho, caso fique configurada a quebra do sigilo ora firmado, a ABRA poderá aplicar de imediato a rescisão contratual por justa causa com amparo na alínea “g” do art. 482 da CLT.

Pelo não cumprimento do presente Termo de Confidencialidade e Sigilo, fica o abaixo assinado ciente de todas as sanções administrativas e judiciais que poderão advir.

Brasília-DF, 04 de janeiro de 2017.

\_\_\_\_\_  
Assinatura

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ANAHP. Código de Conduta Empresarial – *Compliance* para Hospitais Privados, 2014.
2. COVIDIEN. Guia de Conduta de Negócios da Covidien, 2012. 24p.
3. DE LUCA, L. Conflito de Interesses. In. Governança Corporativa em Saúde: Conceitos, estruturas e modelos. São Paulo: Saint Paul Editora. 269p.
4. FUNDAÇÃO CESP. Código de Conduta e princípios éticos, 2007. 12p.



SRTV/S QUADRA 701 - CONJUNTO L  
LOTE 38 - ED. ASSIS CHATEAUBRIAND  
BLOCO 1 - SALA 114 - BRASÍLIA - D.F.  
C.E.P.: 70.340-906  
TELEFONES / FAX: + 55 (61) 3201-7199  
/ (61) 3201-7198 / (61) 3033-0807