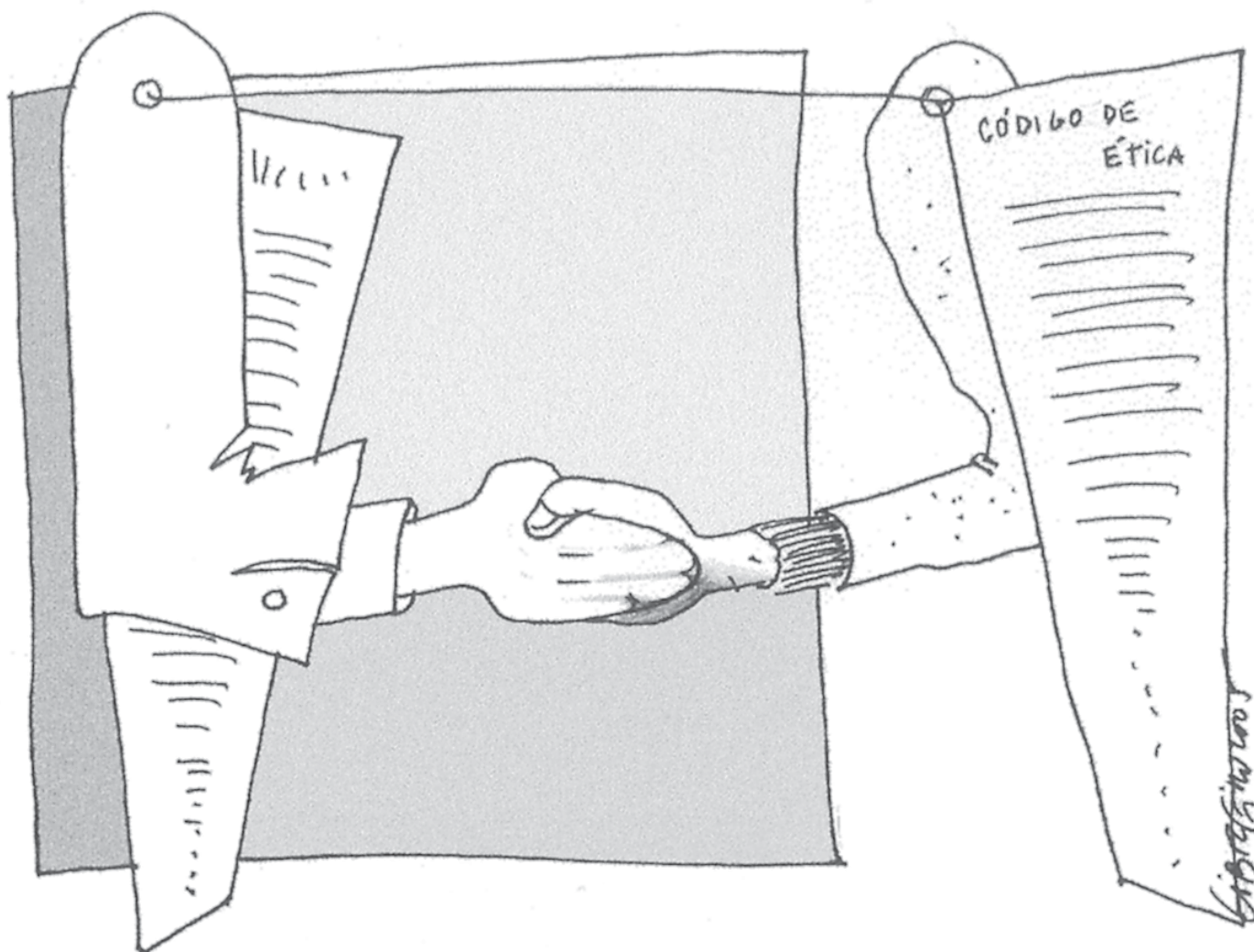


D. RIGIR



s e p a r a t a

Código de Ética
para o Comércio e Serviços



1. *Preâmbulo*

A actividade económica do Comércio e Serviços ocupa a grande maioria da população activa das economias desenvolvidas e globalizadas, na nossa época, contribuindo decisivamente para a criação de riqueza. Nesse contexto, os empresários, gestores e profissionais do Sector de Comércio e Serviços estão confrontados com novas exigências civilizacionais sobre a forma de

respeitar os valores humanos fundamentais, a diferentes níveis:

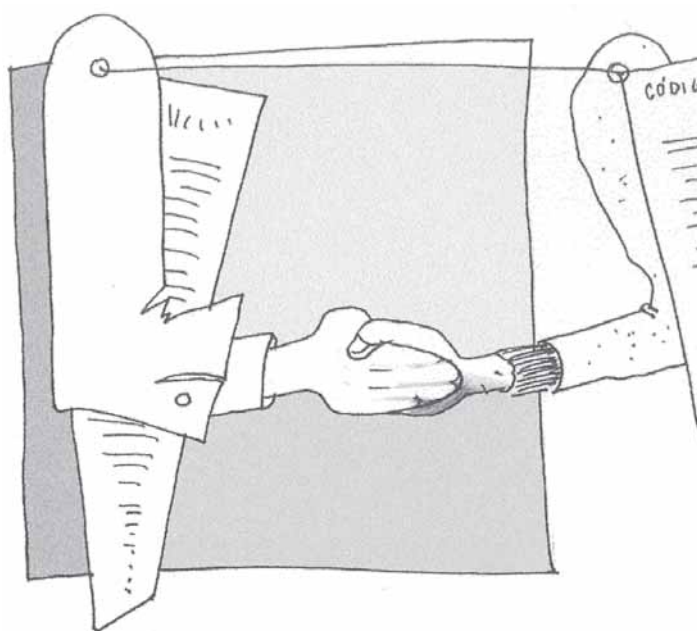
- 1.1. O negócio de cada empresa tem como destinatários últimos as pessoas e a satisfação das suas necessidades. A salvaguarda de valores nucleares de segurança e bem-estar

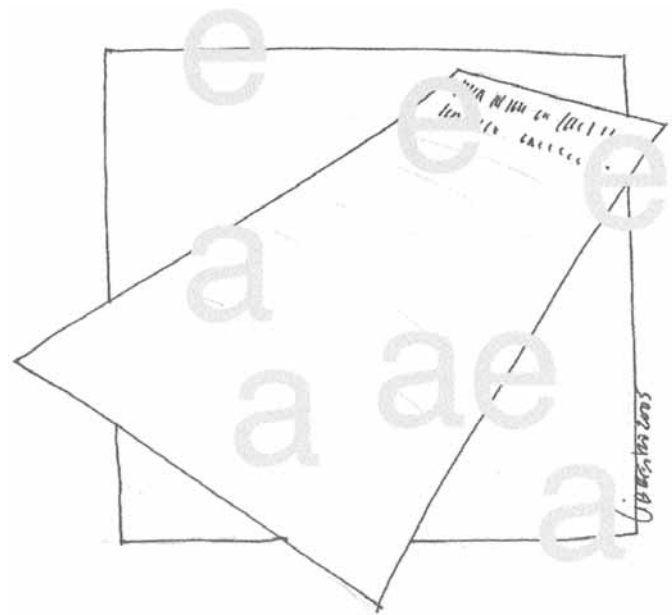
das pessoas é uma dimensão ética fundamental da gestão. Assim:

- A criação de valor deve garantir não só o respeito do enquadramento jurídico em que se inscreve a actividade empresarial e a eficiência económica, como também o acréscimo do bem-estar de todos e a preservação do meio ambiente. A ética do negócio só está completa se garantir a sustentabilidade empresarial relativa aos lucros, às pessoas e ao futuro do planeta.
- As empresas envolvem muitos parceiros de causa cujos interesses devem ser salvaguardados, com especial relevo para os seus trabalhadores, relativamente aos quais a garantia da saúde e segurança no trabalho e do desenvolvimento pessoal e profissional são fundamentais para uma verdadeira ética empresarial.

1.2. O associativismo assume um papel destacado na promoção da ética empresarial no Sector do Comércio e Serviços. Conscientes de tal responsabilidade, a Confederação do Comércio e Serviços de Portugal — CCP e as Associações suas filiadas adoptam este Código de Ética, subscrevendo as normas nele prescritas e propondo-o como uma verdadeira ferramenta de gestão às empresas representadas, designadamente nas seguintes vertentes:

- O respeito devido aos consumidores finais e aos clientes.
- As práticas comerciais relativas a concorrentes e fornecedores tanto na dimensão competitiva como nos valores partilhados.
- O desenvolvimento pessoal dos colaboradores, combatendo todas as formas de discriminação, nomeadamente as baseadas na pertença destes a grupos minoritários e no género.
- A salvaguarda do meio ambiente.
- A solidariedade com as comunidades em que as empresas desenvolvem o seu negócio, incluindo grupos minoritários.
- A relação com o Estado e a garantia de um adequado enquadramento legal.
- As relações internacionais.





2. Princípios Gerais

O presente Código de Ética é baseado num conjunto de princípios enquadradores da actividade no Sector do Comércio e Serviços, que são os seguintes:

- 2.1. Adesão voluntária a este Código que, pela sua natureza, constitui um referencial evolutivo. As regras nele consagradas constituem o enquadramento recomendado pela CCP para as empresas do Sector de Comércio e Serviços, que o poderão adoptar como referência para a criação dos seus próprios Códigos de Conduta.
- 2.2. Promoção do desenvolvimento sustentável baseado no pleno exercício da responsabilidade social das empresas, no fomento do espírito empreendedor e na promoção do desenvolvimento técnico e pessoal dos profissionais do Sector, dignificando a sua actividade.
- 2.3. Observância rigorosa pelas empresas da legislação específica aplicável e dos acordos e convenções do Sector.
- 2.4. Intervenção de cada Associação ou Empresa subscritora, por si e com a Confederação, para promover as boas práticas, observando as normas deste Código, entre os seus associados de modo proactivo.

3. Associações e Empresas

- 1.1. As Associações e Empresas do Sector aderentes a este Código de Ética assumem-se como parceiros activos na divulgação e na aplicação deste Código. Observando, com as necessárias adaptações, os princípios do mesmo na sua vida interna e nas actividades associativas que desenvolvem.
- 1.2. As Associações face a situações de incumprimento do disposto neste Código por qualquer empresa aderente aos seus princípios, deverão intervir para a reposição de boas práticas e, em caso de recusa reiterada, fazendo a denúncia pública daquelas.
- 1.3. A CCP instituirá um Conselho Nacional de Ética no Comércio e Serviços, visando lidar com situações de incumprimento reiterado das normas éticas deste Código.

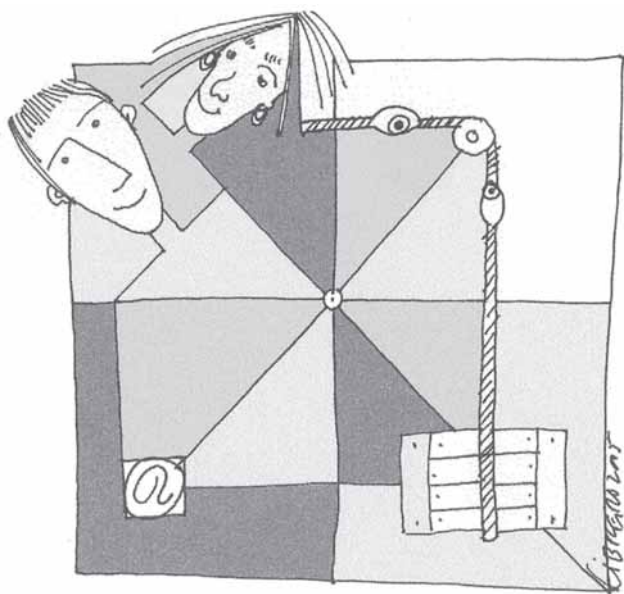
4. Mercado

As empresas do Comércio e Serviços actuarão no mercado de forma transparente e em leal concorrência, visando a maior eficiência das transacções e a satisfação dos clientes.

4.1. Clientes

As empresas do Comércio e Serviços manterão com os seus clientes uma relação transparente baseada nas seguintes regras:

- 4.1.1. Informação correcta sobre os serviços que prestam, as suas características técnicas, a assistência pós-venda, os preços e as condições de pagamento, quer se trate de comércio e serviços tradicionais, quer de transacções e prestações de serviço através de Comércio Electrónico.
- 4.1.2. Práticas comerciais que respeitem a liberdade de escolha do cliente ou do utilizador.
- 4.1.3. Mensagens publicitárias que respeitem os princípios de correcção, de identificação, de verdade, na estrita observância dos direitos de terceiros.
- 4.1.4. Serviços de reclamações eficazes na resposta às solicitações dos clientes.



- 4.1.5. Em caso de diferendo, e sempre que possível, o recurso a mecanismos extrajudiciais de mediação e arbitragem.

4.2. Concorrência

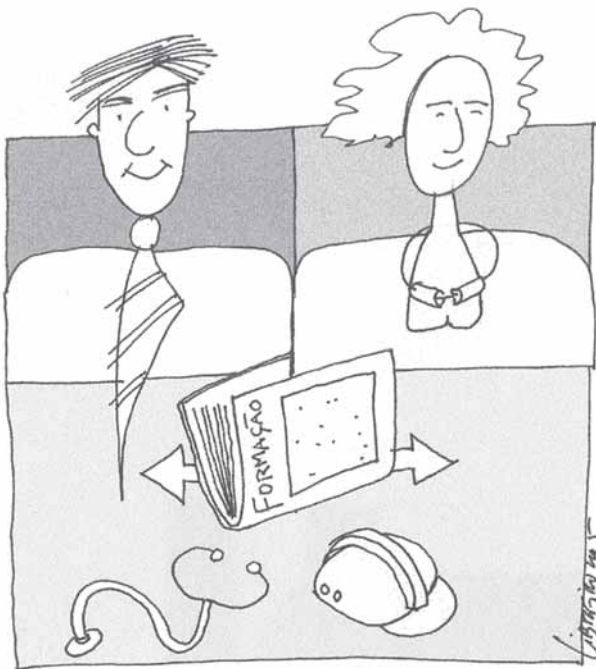
As empresas do Sector devem concorrer entre si com lealdade, aceitando e respeitando as regras de funcionamento de uma economia de mercado:

- 4.2.1. A sua actuação reger-se-á por princípios de transparência e correcção, baseada numa valorização competitiva centrada no desempenho, no mérito e na qualidade da sua oferta.
- 4.2.2. Devem reflectir adequadamente os seus custos nos preços praticados, renunciando expressamente às práticas que falseiem a concorrência, ao abuso de eventual posição dominante no mercado ou ao aproveitamento da dependência de terceiros para impor condições abusivas ou fixar práticas discriminatórias.
- 4.2.3. Devem abster-se, em especial, de quaisquer métodos anticoncorrência visando eliminar concorrentes pela recusa de venda ou pela fixação de vendas discriminatórias ou ainda pela prática da venda abaixo do custo.
- 4.2.4. Renunciam expressamente ao recurso a quaisquer meios desleais para desvio de clientes e, designadamente, não veicularão mensagens publicitárias falsas, enganosas ou danosas da reputação dos concorrentes.

4.3. Fornecedores

As empresas do Sector devem manter uma relação de parceria leal e amigável com os seus fornecedores, baseada em regras que assegurem uma justa partilha dos benefícios e das responsabilidades da cadeia de valor em que operam:

- 4.3.1. As empresas escolherão os seus fornecedores segundo idênticos critérios de exigência ética, assumindo-se como intervenientes activos da correcção das práticas comerciais daqueles.
- 4.3.2. O relacionamento com os fornecedores efectuar-se-á segundo processos transparentes, baseados num relacionamento equitativo com estrita observância das condições contratuais negociadas.



5. Recursos Humanos

Serão promovidas entre todos os colaboradores das empresas relações de cooperação, solidariedade e respeito mútuo baseadas na aceitação das regras deste Código.

5.1. Políticas de Empresa

A gestão das empresas do Sector desenvolverá políticas de recursos humanos que garantam:

4.3.3. As empresas obrigam-se a diligenciar junto do fornecedor a que reportem eventuais reclamações de clientes.

4.4. Comércio Electrónico

As formas de comércio e serviços baseadas nas novas tecnologias da informação e da comunicação observam ainda as seguintes regras específicas:

- 4.4.1. As empresas que exercem a sua actividade através do comércio electrónico obrigam-se a dar resposta atempada, a partir do dia em que o cliente transmite a ordem à empresa, informando com exactidão sobre eventuais atrasos.
- 4.4.2. Na situação de indisponibilidade do produto, as empresas devem propor, de modo claro e em alternativa, uma nova data de entrega ou o reembolso do cliente.
- 4.4.3. As empresas comprometem-se em disponibilizar informação clara e suficiente à decisão do cliente consumidor, fornecendo exclusivamente os produtos encomendados *on-line* com respeito em geral pelas regras de protecção do consumidor e, em particular, das operações de venda à distância.

- 5.1.1. Dignificação da pessoa, não permitindo práticas discriminatórias ou que, de qualquer modo, atentem contra a integridade pessoal e profissional dos colaboradores.
- 5.1.2. As empresas devem desenvolver práticas e encontrar plataformas de entendimento entre o que são as necessidades que permitam, por um lado, a flexibilidade necessária para fazer face às exigências da competitividade e, por outro, assegurem as necessidades de segurança e empregabilidade dos seus colaboradores.
- 5.1.3. Valorização profissional permanente dos colaboradores, durante todo o período do vínculo laboral com a empresa, assegurando o respeito pela qualidade de vida dos colaboradores, nomeadamente o cumprimento dos horários de trabalho e reconhecendo o mérito como resultado de ganhos de produtividade.
- 5.1.4. A entidade aderente responsabiliza-se pela observância em relação a todos e cada um dos colaboradores pelos padrões de comportamento ético da empresa, devendo aqueles pautarem o seu desempenho pelos mais elevados padrões de integridade e honestidade pessoais, pelo respeito da confidencialidade cumprindo todas as disposições legais, regulamentares e éticas aplicáveis.
- 5.1.5. Aos seus colaboradores, as empresas exigirão condutas profissionais correctas, devendo comportar-se de forma cortês, com disponibilidade e atenção para com todas as pessoas com que se relacionam, respeitando as diferenças individuais.
- 5.1.6. A inaceitabilidade de quaisquer comportamentos que infundadamente prejudiquem a reputação de

colegas, nomeadamente através de julgamentos preconceituosos, boatos, informações não fundamentadas.

- 5.1.7. A propriedade intelectual de cada colaborador deve ser respeitada em todas as situações.
- 5.1.8. As informações pessoais sobre os colaboradores estão sujeitas ao princípio da confidencialidade, sendo a sua manipulação restrita ao próprio empregado e ao pessoal responsável pela guarda, manutenção e tratamento dessas informações.
- 5.1.9. Será evitada a contratação de menores, mesmo nos casos previstos na legislação do trabalho, sempre que ela possa prejudicar de algum modo o desenvolvimento pessoal e a carreira escolar daqueles.
- 5.1.10. Não serão toleradas intimidações, discriminações, ameaças e assédios morais ou sexuais sobre os colaboradores em todas as esferas da vida da empresa.

5.2. *Igualdade de Oportunidades*

Serão promovidos esforços especiais para garantir a plena igualdade de oportunidades a todos os que colaboram profissionalmente com as empresas, dando combate persistente a quaisquer formas de discriminação:

- 5.2.1. Será observado o princípio da não discriminação baseada em ascendência, deficiência, género, etnia, língua, território de origem, religião, convicções políticas e filiação sindical.
- 5.2.2. As empresas devem promover a liberdade de oportunidades e de tratamento entre homens e mulheres, nomeadamente no que se refere ao acesso ao emprego, à formação, promoção profissional e à retribuição.
- 5.2.3. O direito à reserva da intimidade da vida privada deve ser respeitado em todas as situações.
- 5.2.4. Os colaboradores portadores de doença não contagiosa devem continuar inseridos no local de trabalho, tanto quanto o permita do ponto de vista clínico a evolução do seu estado de saúde, e este não poderá em qualquer caso basear juízos sobre o seu desempenho com vista a eventual despedimento daqueles.

5.3. *Formação*

O investimento no capital humano será especialmente favorecido através da formação profissional contínua de todos os colaboradores, contribuindo para o constante progresso das empresas, valorizando e defendendo a livre iniciativa:

- 5.3.1. O recrutamento, selecção e aperfeiçoamento dos colaboradores basear-se-á em critérios técnicos, procurando, sempre que possível, orientação de um profissional da área e divulgando o processo aos interessados.
- 5.3.2. As empresas deverão incentivar os seus colaboradores a participar numa cultura da qualidade e produtividade, procurando as oportunidades de melhoria do desempenho, através de uma política de aprendizagem ao longo da vida.

5.4. *Segurança, higiene e saúde no trabalho*

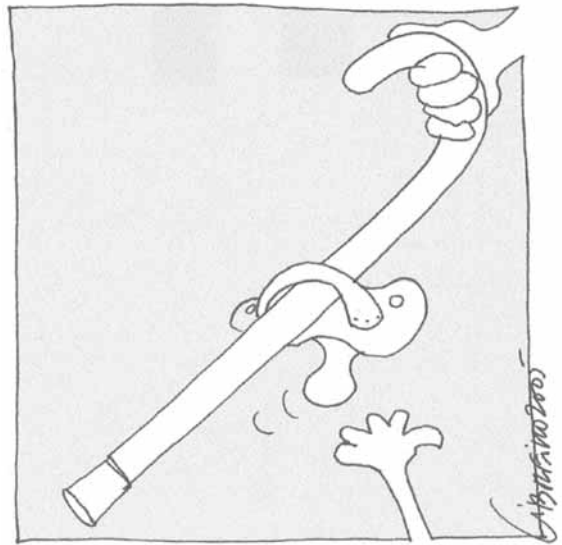
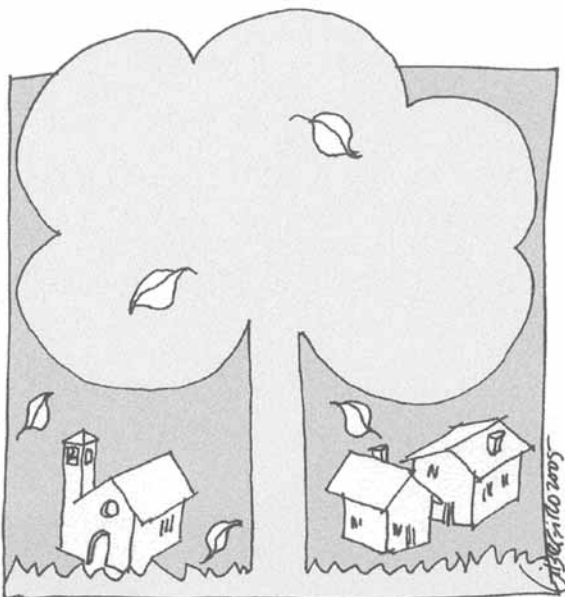
As empresas devem promover um ambiente de trabalho sadio e seguro, visando a valorização e o bem-estar, promovendo a confiança, o respeito, a justiça e estímulo às inovações. Assim:

- 5.4.1. Devem proporcionar ao colaborador um ambiente facilitador da participação activa na prevenção dos riscos profissionais.
- 5.4.2. Obrigam-se ao conhecimento das exigências dos postos de trabalho e dos riscos profissionais, permitindo orientar os exames médicos, de forma a evitar situações de inadaptação dos seus colaboradores à situação de trabalho e a assegurar a vigilância da saúde em função dos riscos a que aqueles se encontram expostos no seu local de trabalho.
- 5.4.3. Promoverão a realização da análise ergonómica, em interacção com as intervenções nas áreas da segurança, da higiene e saúde ocupacionais, com vista à eliminação/redução dos riscos profissionais, melhoria da qualidade e aumento da produtividade, adaptando o trabalho ao homem e este à sua função.

6. Ambiente e Património

As empresas devem visar de forma proactiva a preservação do ambiente, nas suas actividades operacionais, assumindo que o meio ambiente é da responsabilidade de todos, devendo igual modo contribuir para a defesa do património das comunidades em que se inserem. Neste sentido:

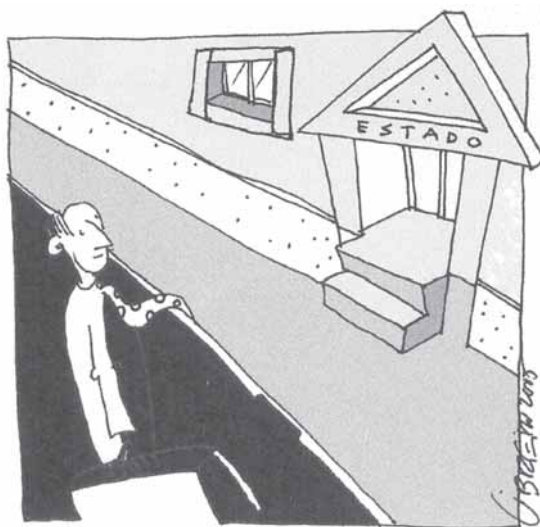
- 6.1. Devem colaborar, activamente, em políticas de meio ambiente, de resíduos e separação dos lixos, cuidando da gestão de bens escassos e dando preferência à utilização de materiais biodegradáveis / recicláveis.
- 6.2. Devem garantir que do exercício de suas actividades não resulte, directa ou indirectamente, qualquer agressão ou prejuízo para o património das comunidades, cuidando da sua imagem externa no respeito do património arqueológico, arquitectónico, urbanístico e linguístico e melhorando a qualidade de vida das cidades.



7. Responsabilidade Social

A gestão das empresas do Sector dedicará particular atenção às temáticas da responsabilidade social, sustentabilidade e cidadania empresariais:

- 7.1. Devem promover as políticas de empresa que desenvolvam a responsabilidade social tanto na sua dimensão interna como na externa.
- 7.2. Devem participar em projectos de intervenção social, patrocinando e desenvolvendo actividades cívicas, sociais e culturais no seio da comunidade em que estão inseridas.
- 7.3. Devem levar benefícios à comunidade, agregando utilidade pública à sua participação na vida daquela, disponibilizando as suas competências para o desenvolvimento de projectos comunitários, designadamente através do voluntariado empresarial.



8. Responsabilidade Social/Empresarial para com o Estado

As relações que, a todos os níveis, o Sector do Comércio e Serviços mantém com o Estado devem subordinar-se às regras previstas neste Código, nomeadamente:

- 8.1. As empresas devem cumprir com todas as suas obrigações perante o Estado, designadamente fiscais, e repudiar eventuais práticas de corrupção dos agentes do Estado sempre que delas tomem conhecimento.
- 8.2. Devem responder atempadamente e com total transparência às solicitações, quando fundamentadas no interesse geral, dos poderes públicos e respectivos agentes reguladores e fiscalizadores.



Confederação do Comércio e Serviços de Portugal (CCP)

Junho de 2005

Avenida Dom Vasco da Gama, n.º 29 — 1449-032 Lisboa

Tel: 213 031 380

Fax: 213 031 400

E-mail: ccp@ccp.pt



EDIÇÃO DO INSTITUTO DO EMPREGO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL
SUPLEMENTO DA REVISTA DIRIGIR N.º 91 • NÃO PODE SER VENDIDO SEPARADAMENTE



PAPEL 100% RECICLADO. DESIGN: NUNO GASPAR. ILUSTRAÇÃO: MANUEL LIBREIRO. IMPRESSÃO: TTP PERES, S.A.