



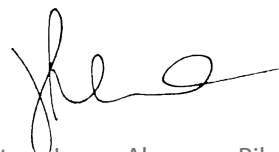
**PROGRAMA
DE INTEGRIDADE**

MENSAGEM INICIAL

Nossa empresa é reconhecida por ser referência no nosso segmento, com uma prestação de serviço de qualidade, atendendo da melhor forma nossos clientes, tratando com respeito nossos colaboradores e fornecedores. Nos últimos anos estamos empenhados em fortalecer nossos valores e princípios para nos embasar nas tomadas de decisões.

O Programa de Integridade foi implantado para reforçar nosso compromisso com a construção de uma cultura balizada por comportamento ético, que necessita ser traduzida em atitudes, tornando-se parte inegociável e inseparável das nossas relações pessoais e comerciais.

Cada indivíduo é um integrante fundamental nesse processo, por isso, pedimos que todos estejam comprometidos a cumprir as normas estabelecidas nesta política garantindo, assim, o nosso crescimento com transparência, ética e integridade.



Gustavo Lopes Almenara Ribeiro
Diretor da Marca Ambiental.

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	3
CÓDIGO DE INTEGRIDADE	5
CAPÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS	5
CAPÍTULO II – DO COMPROMETIMENTO DA ALTA DIREÇÃO	8
CAPÍTULO III – PADRÕES DE INTEGRIDADE E CONDUTA	9
SEÇÃO I – DOS PADRÕES DE INTEGRIDADE E CONDUTA PERANTE A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA	13
CAPÍTULO IV – DO CONSELHO DE INTEGRIDADE	15
CAPÍTULO V – DOS TREINAMENTOS	16
CAPÍTULO VI – PROCEDIMENTOS DE INTEGRIDADE	17
SEÇÃO I – DO CANAL DE INTEGRIDADE	17
SEÇÃO II – DA SELEÇÃO DE NOVOS FUNCIONÁRIO	18
SEÇÃO III – DA CONTRATAÇÃO DE FORNECEDORES E PRESTADORES DE SERVIÇOS	19
SEÇÃO IV – DAS MEDIDAS DISCIPLINARES E DO DEVIDO PROCESSO DE RESPONSABILIZAÇÃO	21
CAPÍTULO VII – DISPOSIÇÕES FINAIS	23
GLOSSÁRIO	24

APRESENTAÇÃO

A Marca Ambiental é uma empresa pioneira e a maior do Espírito Santo em soluções completas para o Gerenciamento de Resíduos. Desde 1995 é referência em inovação, tecnologia, qualidade e respeito ao meio ambiente.

Nossa **MISSÃO** é oferecer solução completa para o Gerenciamento de Resíduos, valorizando as partes interessadas, o meio ambiente, a qualidade, a segurança e a inovação.

Nossa **VISÃO** é ser a melhor e mais completa Central de Tratamento de Resíduos do Brasil até 2023.

Nossos principais **VALORES** são as pessoas, clientes, meio ambiente, segurança, comprometimento, inovação e integridade, representando:

- Pessoas: fundamentais para o nosso crescimento;
- Clientes: nosso maior valor;
- Meio Ambiente: qualidade de vida;
- Segurança: fazer o certo com segurança;
- Comprometimento: “olhar de dono”;
- Inovação: comprometimento com novas ideias;
- Integridade: trabalho íntegro e ético.

Prezar pelo social está na essência da **MARCA AMBIENTAL**, razão pela qual atuamos com **RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL**. Nossos projetos socioambientais têm como foco, dentre outros aspectos, reforçar os valores da comunidade, despertar a consciência crítica e buscar transformar os hábitos ambientais das pessoas.

CÓDIGO DE INTEGRIDADE

CAPÍTULO I - DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º. Este Código estabelece as regras do Programa de Integridade da MARCA AMBIENTAL.

Parágrafo único. Por Programa de Integridade entende-se o conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e de aplicação efetiva do Código de Integridade e de normas internas da empresa, com objetivo de detectar e sanar quaisquer atos ilícitos, irregularidades, fraudes e desvios praticados contra a Administração Pública, nacional ou estrangeira, ou contra particulares, caracterizados como condutas antiéticas ou atos de corrupção.

Art. 2º. São finalidades do Código de Integridade da MARCA AMBIENTAL, dentre outras:

I – preservar os valores éticos e o compromisso da MARCA AMBIENTAL com a transparência, honestidade e probidade;

II – estabelecer normas de integridade a serem observadas pela Alta Direção e por todos os funcionários, fornecedores e prestadores de serviços da MARCA AMBIENTAL, visando evitar a prática de condutas antiéticas, atos de corrupção ou outros atos que possam prejudicar os interesses da empresa;

III – estabelecer critérios de fiscalização visando identificar os maiores riscos de corrupção inerentes às diversas atividades meio e fim que envolvam o funcionamento da MARCA AMBIENTAL, bem como eventuais riscos na contratação de novos membros da Alta Direção, novos funcionários, fornecedores ou prestadores de serviços, indicando mecanismos para minimizá-los;

IV – criar mecanismo de consulta destinado a possibilitar o esclarecimento de dúvidas quanto a este Código;

V – disponibilizar canal de denúncia que permita o oferecimento de denúncias, inclusive anônimas, sobre violações ao Código de Integridade da MARCA AMBIENTAL ou à legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira, e legislação correlata, que serão posteriormente analisadas pelo Conselho de Integridade e investigadas se presentes indícios de infração.

Art. 3º. Para os fins deste Código entende-se:

I – Programa de Integridade: conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e de aplicação efetiva do Código de Integridade e de normas internas da empresa, com objetivo de detectar e sanar quaisquer atos ilícitos, irregularidades, fraudes e desvios praticados contra a Administração Pública, nacional ou estrangeira, ou contra particulares, caracterizados como condutas antiéticas ou atos de corrupção.

II – Condutas antiéticas e atos de corrupção: atos praticados em desacordo às disposições deste Código, bem como à legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira, e legislação correlata.

III – Legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira, e legislação correlata: a Lei nº 12.846/2013 – Lei Nacional Anticorrupção; o Decreto 3.956-R/2016 do Espírito Santo; demais legislações estaduais e municipais anticorrupção; Foreign Corrupt Practices Act – FCPA estadunidense; Lei nº 8.429/1992 – Lei de Improbidade Administrativa; Decreto nº 2.848/1940 – Código Penal brasileiro, demais legislações criminais aplicáveis.

IV – Canal de Integridade: canal de denúncia disponível no portal online da Marca Ambiental, acessível à Alta Direção, a todos os funcionários, fornecedores, prestadores de serviço e

ao público em geral, para oferecimento de denúncias quanto ao descumprimento deste Código, condutas antiéticas e atos de corrupção, permitindo-se igualmente que denúncias sejam ofertadas pelo e-mail integridade@marcaambiental.com.br.

V – Conselho de Integridade: Conselho formado por 5 (cinco) membros da MARCA AMBIENTAL, sendo preferencialmente 2 (dois) Gerentes, 1 (um) membro do Departamento Jurídico, 1 (um) membro do Departamento de Qualidade, Segurança, Meio Ambiente e Saúde – QSMS e 1 (um) membro do Departamento de Recursos Humanos com competência para acompanhar, atualizar e fiscalizar o cumprimento do presente Código e fazê-lo cumprir apurando as denúncias e sancionando os responsáveis por irregularidades.

VI – Funcionários: os empregados – assim entendidos como toda pessoa física que prestar serviços de natureza não eventual à MARCA AMBIENTAL, sob a dependência desta e mediante salário –, os estagiários e os menores aprendizes.

VII – Fornecedores e Prestadores de Serviços: toda pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços, e atuem com ou para a MARCA AMBIENTAL, de maneira contínua ou eventual.

VIII – Alta Direção: os Diretores e Gerentes da MARCA AMBIENTAL.

IX – Administração Pública: a Administração Pública nacional, entendida como a administração direta e indireta – autarquias, fundações, sociedades de economia mista e empresas públicas – da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios; bem como a Administração Pública estrangeira, entendida como os órgãos e entidades estatais ou representações diplomáticas de país estrangeiro, de qualquer nível ou esfera de governo, bem como as pessoas jurídicas controladas, direta

ou indiretamente, pelo poder público de país estrangeiro.

X – Agentes Públicos: toda pessoa física que exerce, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, mandato, cargo, emprego ou função públicos. Neste conceito estão abrangidos, portanto, servidores concursados, ocupantes de cargos comissionados de livre nomeação e livre exoneração, servidores temporários, particulares em colaboração (tais como jurados, mesários, concessionários e permissionários de serviços públicos), empregados públicos, agentes políticos (tais como Prefeito e Vice, Secretários Municipais, Vereadores, Governador e Vice, Secretários Estaduais, Deputados Estaduais, Presidente da República e Vice, Ministros de Estado, Deputados Federais e Senadores, bem como Magistrados, membros do Ministério Público e dos Tribunais de Contas).

CAPÍTULO II DO COMPROMETIMENTO DA ALTA DIREÇÃO

Art. 4º. É dever da Alta Direção da MARCA AMBIENTAL a observância da legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira, e legislação correlata, assim como deste Código de Integridade.

§1º A Alta Direção tem o dever de garantir e estimular o treinamento constante de sua equipe, para que o Código de Integridade da MARCA AMBIENTAL seja observado, internalizado e cumprido por todos os Diretores, Gerentes, funcionários, fornecedores e prestadores de serviços.

§2º A Alta Direção compromete-se a liderar pelo exemplo, cumprindo e fazendo cumprir o Programa de Integridade da empresa.

CAPÍTULO III – PADRÕES DE INTEGRIDADE E CONDUTA

Art. 5º. A MARCA AMBIENTAL no exercício de suas atividades meio e fim, assim como os membros da Alta Direção, os funcionários, fornecedores e prestadores de serviço da empresa, comprometem-se a atuar com honestidade, possuindo como dever a observância dos seguintes padrões mínimos de integridade e conduta:

I – estrita obediência à legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira, e legislação correlata, bem como à este Código, às normas internas da empresa e aos procedimentos operacionais padrões aplicáveis;

II – dever de manutenção de adequados registros e controles contábeis;

III – dever de observância deste Código de Integridade e da legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira, e legislação correlata, em qualquer operação societária, tais como ingresso de novos sócios, transformação, incorporação, fusão ou cisão societária, bem como exigência de sua observância pelos demais envolvidos na operação;

IV – zelo pela igualdade de oportunidades nos recrutamentos, contratações, promoções e compensações dos funcionários;

V – dever de respeito mútuo entre os profissionais, vedando-se práticas discriminatórias, de intimidação ou assédio de cunho moral, étnico, racial, religioso ou sexual;

VI – dever de desempenho de suas atividades profissionais em conformidade com as normas deste Código de Integridade, observando-se os padrões de integridade e conduta nele dispostos;

VII – dever de consultar o Conselho de Integridade em caso de dúvidas sobre as regras deste Código, considerando que a incompreensão do Código de Integridade não desobriga o seu cumprimento. A consulta deve ser por escrito, preferencialmente através do e-mail integridade@marcaambiental.com.br, e será respondida pelo Conselho de Integridade pela mesma via;

VIII – observância pelos funcionários e pela Alta Direção do dever de denunciar o descumprimento deste Código, bem como de condutas antiéticas e efetivos ou potenciais atos de corrupção, por meio do canal de denúncia disponível online, denominado Canal de Integridade ou pelo e-mail integridade@marcaambiental.com.br;

IX – dever de atender, no prazo de até 30 (trinta) dias, às solicitações do Conselho de Integridade, fornecendo informações e documentos necessários à fiscalização do Programa de Integridade da MARCA AMBIENTAL, ao cumprimento deste Código e à apuração de eventuais denúncias;

X – obrigação de participar de treinamentos quando convocados, em especial os relacionados ao Programa de Integridade da MARCA AMBIENTAL.

§1º O Conselho de Integridade, mediante votação unânime, pode alterar, excluir ou criar novos padrões de integridade e conduta. A convocação para votação poderá ser feita por qualquer dos membros do Conselho de Integridade ou pela Alta Direção.

§2º Os funcionários podem sugerir ao Conselho de Integridade, através do e-mail integridade@marcaambiental.com.br a alteração, exclusão ou inclusão de padrões de integridade e conduta.

Art. 6º. É dever da Alta Direção, funcionários, fornecedores

e prestadores de serviço zelar pela confidencialidade das informações a que tenham acesso em razão do exercício de sua função na MARCA AMBIENTAL, bem como zelar pelo patrimônio da empresa, abstendo-se de condutas contrárias, tais como:

I – copiar, reproduzir, divulgar ou utilizar documentos e informações internas produzidas ou pertinentes à MARCA AMBIENTAL, aos seus clientes, aos demais funcionários da empresa, fornecedores ou prestadores de serviço;

II – desfazer-se de bens ou documentos – nestes incluídos os contratos e informações a eles pertinentes – da MARCA AMBIENTAL sem aprovação prévia por escrito do gestor imediato.

Art. 7º. A utilização de internet, e-mail e mídias sociais pela Alta Direção e pelos funcionários, bem como pelos fornecedores e prestadores de serviço que eventualmente atuem nas dependências da empresa, deve pautar-se no bom senso e razoabilidade, observando-se:

I - a senha de acesso aos sistemas da MARCA AMBIENTAL é pessoal e intransferível;

II - é vedado usar as mídias sociais, ainda que por equipamentos particulares e fora do horário de trabalho, para divulgar informações sobre a MARCA AMBIENTAL, salvo aquelas previamente divulgadas pelo setor de Comunicação da empresa;

III - o acesso aos computadores e à internet disponibilizados pela MARCA AMBIENTAL é admitido apenas para o exercício das atividades profissionais, sendo vedado o acesso a redes sociais e portais não pertinentes à atividade institucional.

Parágrafo único. Os e-mails institucionais poderão ser monitorados pela MARCA AMBIENTAL para fins de fiscalização do Programa de Integridade.

Art. 8º. Considerando a possibilidade de ocorrência de condutas antiéticas e atos de corrupção a partir do recebimento de presentes, brindes ou hospitalidades, a Alta Direção e os funcionários da MARCA AMBIENTAL devem observar os seguintes padrões de integridade e conduta:

I – recebimento de forma transparente e razoável;

II – proibição de recebimento como contrapartida, ganho indevido ou troca de favores, ainda que respeitados o limite máximo de valor e periodicidade de recebimento;

III – proibição de recebimento de forma habitual, entendida a habitualidade como o recebimento mensal;

IV – proibição de recebimento com o objetivo de influenciar em negociação ou contrato.

§1º São permitidos presentes, brindes e hospitalidades com valor máximo de R\$100,00 (cem reais), bem como artigos institucionais e promocionais, sem valor comercial substancial, tais como canetas, livros, agendas, pen drives, canecas, flores, doces, desde que igualmente limitados ao valor de até R\$100,00 (cem reais).

§2º São presentes, brindes e hospitalidades proibidos aqueles de valor superior a R\$100,00 (cem reais), bem como viagens, ingressos para espetáculos musicais ou esportivos, almoços e jantares, desde que de valor superior a R\$100,00 (cem reais).

§3º O Conselho de Integridade poderá decidir pelo recebimento pela Alta Direção e por seus funcionários de presentes, brindes e hospitalidades de valor superior a R\$100,00 (cem reais), quando não representarem riscos ao Programa de Integridade da MARCA AMBIENTAL. Neste caso, o pedido de recebimento deve ser prévio e por escrito, preferencialmente através do e-mail integridade@marcaambiental.com.br, autorizando o Conselho de Integridade o recebimento através do mesmo canal.

SEÇÃO I – DOS PADRÕES DE INTEGRIDADE E CONDUTA PERANTE A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Art. 9º. A MARCA AMBIENTAL no exercício de suas atividades meio e fim, assim como os membros da Alta Direção, os funcionários, fornecedores e prestadores de serviço da empresa, comprometem-se a atuar perante a Administração Pública com honestidade e em conformidade com o Programa de Integridade da empresa, com a legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira, e legislação correlata, principalmente a legislação anticorrupção do Estado do Espírito Santo e seus Municípios, observando:

I – proibição de prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público ou a terceira pessoa a ele relacionada;

II – proibição de financiar, custear, patrocinar ou de qualquer modo subvencionar a prática dos atos ilícitos previstos na legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira e legislação correlata;

III – proibição de frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo das licitações, vedando-se qualquer conduta que possa representar violação às leis brasileiras que disciplinam as licitações públicas, principalmente a Lei nº 8.666/1993, Lei nº 10.520/2002 e Lei nº 13.303/2016;

IV – proibição de obtenção de vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, a partir de modificações ou prorrogações de contratos celebrados com a administração pública, sem autorização em lei, no Edital da licitação pública ou nos respectivos instrumentos contratuais;

V – dever de cumprimento adequado dos contratos públicos firmados, bem como de obtenção e conformidade com as

licenças, autorizações e permissões necessárias ao exercício das atividades meio e fim da MARCA AMBIENTAL;

VI – dever de colaborar com as atividades de investigação ou fiscalização dos órgãos, entidades ou agentes públicos;

VII – dever de observância da legislação de cada órgão ou entidade da Administração Pública nacional, estadual ou municipal, quando existentes, relativas ao oferecimento de presentes, brindes ou hospitalidades a agentes públicos, principalmente as leis estaduais do Espírito Santo Lei nº 10.793/2017 e Lei nº 10.993/2019, e, caso inexistentes as legislações específicas a vedar ou parametrizar o oferecimento de presentes, brindes ou hospitalidades a agentes públicos, observância do Programa de Integridade da MARCA AMBIENTAL;

VIII - dever de observância da legislação de cada órgão ou entidade da Administração Pública nacional, estadual ou municipal, quando existentes, relativas à comunicação com agentes públicos, agendamento de despachos ou reuniões, principalmente as leis estaduais do Espírito Santo Lei nº 10.793/2017 e Lei nº 10.993/2019, e, caso inexistentes as legislações específicas a vedar ou parametrizar a comunicação com agentes públicos, agendamento de despachos ou reuniões, observância do Programa de Integridade da MARCA AMBIENTAL;

IX – dever de não participar de atos relativos a campanhas políticas ou protestos utilizando qualquer peça de vestuário, instrumento ou crachá que permita inferir o vínculo com a MARCA AMBIENTAL.

§1º O Conselho de Integridade, mediante votação unânime, pode alterar, excluir ou criar novos padrões de integridade e conduta. A convocação para votação poderá ser feita por qualquer dos membros do Conselho de Integridade ou pela

Alta Direção.

§2º Os funcionários podem sugerir ao Conselho de Integridade, através do e-mail integridade@marcaambiental.com.br a alteração, exclusão ou inclusão de padrões de integridade e conduta.

CAPÍTULO IV DO CONSELHO DE INTEGRIDADE

Art. 10. Fica instituído o Conselho de Integridade, formado por 5 (cinco) membros da MARCA AMBIENTAL, sendo preferencialmente 2 (dois) Gerentes, 1 (um) membro do Departamento Jurídico, 1 (um) membro do Departamento de Qualidade, Segurança, Meio Ambiente e Saúde – QSMS e 1 (um) membro do Departamento de Recursos Humanos.

§1º Os membros do Conselho de Integridade serão escolhidos pela Alta Direção da MARCA AMBIENTAL e integrarão o Conselho pelo prazo de 1 (um) ano, prorrogáveis indeterminadamente, observando-se, no entanto, a preferência pela constante renovação dos membros do Conselho e pela troca de ao menos 1 (um) membro a cada novo ano.

§2º Compete ao Conselho de Integridade:

I – acompanhar e fiscalizar o cumprimento do presente Código de Integridade;

II – atualizar o Código de Integridade, bem como alterar, excluir ou incluir os padrões de integridade e conduta nele previstos, desde que mediante votação unânime do Conselho de Integridade convocada pelo próprio Conselho ou pela Alta Direção;

III – esclarecer as dúvidas formuladas nos termos do art. 5º, inciso VII, de forma escrita e pelo mesmo meio que as tiver recebido, com o dever de tornar público o esclarecimento dado para conhecimento de todos, por meio da intranet, sem identificação de quem fez a consulta;

IV – debater e decidir quanto às sugestões enviadas pelos funcionários, através do e-mail integridade@marcaambiental.com.br, relativas a este Código de Integridade;

V – apurar as denúncias ofertadas por meio do Canal de Integridade ou pelo e-mail integridade@marcaambiental.com.br;

VI – aplicar as medidas disciplinares cabíveis por descumprimento deste Código ou das disposições da legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira e legislação correlata;

VII – promover treinamentos periódicos sobre o Programa de Integridade da empresa, observando-se a periodicidade mínima anual.

CAPÍTULO V DOS TREINAMENTOS

Art. 11. Todos os funcionários e os membros da Alta Direção da MARCA AMBIENTAL possuem o dever de participar dos treinamentos da empresa quando convocados, em especial aqueles relacionados ao Programa de Integridade.

§1º Todos os treinamentos realizados sobre o Programa de Integridade serão documentados formalmente, mediante lista de presença, recursos fotográficos e/ou audiovisuais.

§2º Todo novo funcionário ou membro da Alta Direção contratado pela MARCA AMBIENTAL receberá via impressa deste Código e treinamento quanto a seu conteúdo, registrando-se sua ciência nos termos do Anexo I – Declaração de Ciência quanto ao Código de Integridade.

CAPÍTULO VI PROCEDIMENTOS DE INTEGRIDADE

Art. 12. Os procedimentos de integridade visam diminuir os riscos de condutas antiéticas e atos de corrupção pela Alta Direção, pelos funcionários, fornecedores e prestadores de serviço da MARCA AMBIENTAL no exercício comercial da empresa, bem como possibilitam a realização de adequado diagnóstico de riscos pelo Conselho de Integridade para constante e permanente atualização do Programa de Integridade da empresa, devendo ser observados.

SEÇÃO I – DO CANAL DE INTEGRIDADE

Art. 13. A MARCA AMBIENTAL disponibilizará canal de denúncia, denominado Canal de Integridade, em seu portal online, acessível à Alta Direção, a todos os funcionários, fornecedores, prestadores de serviço e aos cidadãos em geral.

§1º As denúncias ofertadas por meio do Canal de Integridade são anônimas, com a adequada proteção ao sigilo e confidencialidade do denunciante e do teor da denúncia ofertada.

§2º A denúncia será apurada pelo Conselho de Integridade que, entendendo pela existência de indícios de condutas antiéticas ou atos de corrupção, deverá investigá-los, podendo solicitar informações e documentos dos funcionários, fornecedores e prestadores de serviço da empresa, nos termos do art. 5º, inciso IX, deste Código.

§3º Denúncias de condutas antiéticas e atos de corrupção ou de quaisquer atos que possam representar efetivo ou potencial descumprimento a este Código, também poderão ser ofertadas através do e-mail integridade@marcaambiental.com.br. Neste caso, o Conselho de Integridade compromete-se a velar pelo sigilo do denunciante.

SEÇÃO II – DA SELEÇÃO DE NOVOS FUNCIONÁRIOS

Art. 14. A seleção de novos funcionários pela MARCA AMBIENTAL será baseada nas exigências da função e contará com a fiscalização pelo Programa de Integridade da empresa.

§1º Os novos funcionários contratados deverão formalizar o compromisso de ciência do Programa de Integridade, mediante o preenchimento dos Anexo I – Declaração de Ciência quanto ao Código de Integridade e Anexo II – Termo de Confidencialidade e Sigilo.

§2º Os novos funcionários serão convidados a preencher os formulários constantes dos Anexos III – Declaração quanto ao Parentesco com Agentes Públicos e Anexo IV – Declaração quanto a Filiação a Partidos Políticos.

§3º As informações coletadas mediante o preenchimento dos Anexos III e IV, relacionadas a eventual parentesco com agentes públicos e filiação partidária dos funcionários não impede a sua contratação nem é considerada como um fator positivo ou negativo à contratação ou ao exercício da função. Trata-se de informações relevantes, única e exclusivamente, para apuração de riscos e prevenção de condutas antiéticas e atos de corrupção, e serão utilizadas apenas pelo Conselho de Integridade.

Art. 15. Todos os funcionários e a Alta Direção da MARCA AMBIENTAL em exercício no momento da entrada em vigor deste Código deverão igualmente tomar ciência do Programa de Integridade mediante a assinatura do Anexo I - Declaração de Ciência quanto ao Código de Integridade, e do Anexo II - Termo de Confidencialidade e Sigilo.

§1º Os funcionários e a Alta Direção da MARCA AMBIENTAL em exercício no momento da entrada em vigor deste Código deverão, igualmente, ser convidados a preencher os Anexos III - Declaração quanto ao Parentesco com Agentes Públicos e Anexo IV – Declaração quanto a Filiação a Partidos Políticos,

para fins de apuração de riscos e prevenção de condutas antiéticas e atos de corrupção.

§2º A assinatura dos Anexos I, II e convite ao preenchimento dos Anexos III e IV deste Código, pelos atuais funcionários e Alta Direção, deve se dar no prazo máximo de 120 (cento e vinte) dias contados da entrada em vigor deste Código.

SEÇÃO III – DA CONTRATAÇÃO DE FORNECEDORES E PRESTADORES DE SERVIÇOS

Art. 16. Os fornecedores e prestadores de serviços contratados pela MARCA AMBIENTAL, assim como seus sócios, empregados, representantes e prepostos, devem se comprometer a observar o Programa de Integridade da empresa, bem como a legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira, e legislação correlata.

Art. 17. A celebração de contrato ou outra sorte de ajuste com fornecedores e prestadores de serviços está condicionada à observância dos seguintes procedimentos e condições:

I – a contratação deverá ser baseada em critérios técnicos e econômicos, primando pela escolha de parceiros idôneos e com capacidade para o desempenho da atividade demandada;

II – deverá ser dada preferência a parceiros socialmente e ambientalmente responsáveis;

III – deverá ser realizada cotação de preços com ao menos 3 (três) possíveis parceiros antes da contratação, devendo, sempre que possível, ao menos 1 (um) ser um novo parceiro de negócios, além daqueles fornecedores e prestadores de serviços já qualificados e avaliados pela MARCA AMBIENTAL;

IV – é vedada a contratação de fornecedores ou prestadores de serviço que empreguem trabalho infantil, trabalho em condições desumanas ou degradantes;

V – a contratação também deverá se pautar no atendimento dos critérios estipulados nos procedimentos de qualificação e avaliação de fornecedores de serviços e produtos da MARCA AMBIENTAL.

§1º Para fins de análise de riscos e prevenção, os fornecedores e prestadores de serviço deverão preencher o Anexo V – Questionário de Verificação de Riscos para Fornecedores e Prestadores de Serviço antes da contratação. Aqueles parceiros frequentemente contratados deverão preencher o questionário apenas uma vez, repetindo sempre que o Conselho de Integridade julgar pertinente.

§2º Os fornecedores e prestadores de serviço contratados pela MARCA AMBIENTAL que atuarem perante a Administração Pública ou em contato constante com agentes públicos deverão preencher o Anexo VI – Questionário de Verificação de Riscos de Fornecedores e Prestadores de Serviço que atuarão em contato com a Administração Pública. Aqueles parceiros frequentemente contratados deverão preencher o questionário anualmente ou em periodicidade inferior, a critério do Conselho de Integridade.

§3º Os questionários serão submetidos aos parceiros pela área contratante e encaminhados antes da contratação ao Conselho de Integridade para avaliação de riscos, podendo o Conselho de Integridade opinar fundamentadamente pela não celebração de contrato ou outra sorte de ajuste com o fornecedor ou prestador de serviço, ou requisitar novas diligências.

Art. 18. As contratações e ajustes entre a MARCA AMBIENTAL e seus fornecedores e prestadores de serviço deverão ser formais e por escrito.

Parágrafo único. Deverão ser incluídos nos contratos firmados pela MARCA AMBIENTAL com seus fornecedores e prestadores de serviço, cláusula contratual anticorrupção e cláusula de confidencialidade, conforme modelos constantes

dos Anexos VII e VIII, respectivamente, deste Código.

SEÇÃO IV – DAS MEDIDAS DISCIPLINARES E DO DEVIDO PROCESSO DE RESPONSABILIZAÇÃO

Art. 19. Por violações a este Código de Integridade e à legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira, e legislação correlata, a Alta Direção e os funcionários da MARCA AMBIENTAL sujeitam-se às seguintes medidas disciplinares:

I – advertência por escrito;

II – suspensão não remunerada conforme a legislação trabalhista;

III – demissão por justa causa conforme a legislação trabalhista;

IV – cessação do vínculo com a MARCA AMBIENTAL.

§1º. Os fornecedores e prestadores de serviços da MARCA AMBIENTAL, assim como membros da Alta Direção que eventualmente não submetam-se à legislação trabalhista, sujeitam-se às medidas disciplinares previstas nos incisos I e IV por condutas que violem este Código de Integridade ou a legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira, e legislação correlata.

§2º. As medidas disciplinares serão aplicadas pelo Conselho de Integridade, estando condicionada a aplicação das sanções previstas nos incisos III ou IV à prévia ratificação dos Diretores da MARCA AMBIENTAL.

Art. 20. Ao receber denúncias de condutas antiéticas ou atos de corrupção, ou as constatar em suas fiscalizações, o Conselho de Integridade deverá proceder à apuração dos fatos e, se presentes indícios de irregularidades, deverá observar o seguinte procedimento:

I – realizar a investigação do fato, inclusive solicitando informações ou documentos nos termos do art. 5º, inciso IX, deste Código;

II – constatada conduta em desacordo com este Código ou com a legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira, e legislação correlata, o Conselho de Integridade deve apurar a responsabilidade, ofertando ao acusado prazo razoável, de pelo menos 15 (quinze) dias, para se defender e apresentar informações e documentos;

III – verificada conduta irregular e o responsável por ela, o Conselho de Integridade deve, fundamentadamente e por maioria, optar por uma das medidas disciplinares cabíveis, nos termos do art. 19 deste Código, observando a necessidade de prévia ratificação dos Diretores da MARCA AMBIENTAL caso optem pela aplicação das medidas previstas nos incisos III ou IV do art. 19;

IV – caso o Conselho de Integridade não consiga encontrar evidências da ocorrência de conduta indevida ou o seu responsável, arquivará a denúncia ou investigação por decisão fundamentada da maioria.

§1º O Conselho de Integridade deve realizar as investigações no prazo máximo de 60 (sessenta) dias, concluindo motivadamente pela aplicação de medida disciplinar ou arquivamento da denúncia ou fiscalização que motivou as investigações.

§2º Quando o fato relatado em denúncia ou constatado mediante fiscalização não configurar indício de irregularidade relacionada a este Código de Integridade ou à legislação anticorrupção, nacional ou estrangeira, e à legislação correlata, a denúncia será encaminhada ao setor competente da empresa.

§3º A decisão pelo início das investigações, aplicação de medidas disciplinares ou arquivamento, depende de voto da maioria do Conselho de Integridade, bastando 3 (três) votos

favoráveis dentre os 5 (cinco) membros do Conselho.

CAPÍTULO VII - DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 21. A incompreensão deste Código não é argumento para o seu descumprimento, cabendo à Alta Direção, aos funcionários, fornecedores ou prestadores de serviços, em caso de dúvida, procurar orientação junto ao Conselho de Integridade quanto à conduta correta, nos termos previstos no art. 5º, inciso VII.

Art. 22. Este Código entra em vigor na presente data.

Cariacica - ES, 28 de outubro de 2019.

GLOSSÁRIO

Integridade

Honestidade, correção, dignidade, franqueza, moralidade.

Programa de Integridade

Conjunto de normas criadas pela empresa para estimular o comportamento honesto entre seus membros e criar mecanismos para acompanhamento, fiscalização, apuração e sancionamento de irregularidades.

Probidade

Qualidade do que é probo, integridade, honestidade, retidão.

Empregados

Aqui referidos como aqueles contratados com base na Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, toda pessoa física que presta serviços de natureza não eventual e sob dependência da empresa, mediante salário.

Entes despersonalizados

Coletividades sem personalidade jurídica própria, bem como pessoas jurídicas que existem apenas de fato e não de direito ("empresas irregulares").

Legislação Anticorrupção

Qualquer legislação nacional e estrangeira de prevenção e combate à corrupção, fixando responsabilidade administrativa e civil das pessoas jurídicas, bem como administrativa, civil e penal das pessoas físicas.

Indícios

O que indica, com probabilidade, a existência de algo; indicação, sinal, vestígio.

Corrupção

Não possui um conceito único, amplamente pode ser definida como o "abuso de poder a si confiado para ganho privado" (Transparência Internacional). Para fins do Programa de Integridade, corrupção são as condutas tipificadas na legislação como vedadas, abrangendo as Leis Anticorrupção, de Improbidade Administrativa e legislação criminal.

Conduta antiética

Conduta contrária à ética, desonesta.

Conformidade

Ato ou efeito de se conformar, de aceitar, de se pôr de acordo, conformação, concordância.

ANOTAÇÕES

ANOTAÇÕES



ANOTAÇÕES



ANOTAÇÕES



ANOTAÇÕES

