

Código de Ética para o Comércio e Serviços





PREÂMBULO	2
1. PRINCÍPIOS GERAIS	4
2. ASSOCIAÇÕES E EMPRESAS	5
3. MERCADO	6
Clientes	6
Concorrência	6
Fornecedores/as	7
Comércio electrónico	8
Promoção e Publicidade	8
Protecção da informação	9
4. RECURSOS HUMANOS	10
Políticas da empresa	10
Protecção da informação	12
Formação	12
Igualdade de oportunidades	12
Segurança, higiene e saúde no trabalho	13
5. AMBIENTE E PATRIMÓNIO	14
6. RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS	14
7. RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL PARA COM O ESTADO	15
8. CONSELHO DE ÉTICA	15

Preâmbulo

A actividade económica do sector 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/as empresários/as, gestores/as e profissionais do Sector de Comércio e Serviços estão confrontados/as com novas exigências civilizacionais sobre a forma de respeitar os valores humanos fundamentais, a diferentes níveis:

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 todas 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 e para as suas trabalhadoras, relativamente aos/às quais a garantia da saúde e segurança no trabalho e do desenvolvimento pessoal e profissional são fundamentais para uma verdadeira ética empresarial.

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/às consumidores/as finais e aos/às clientes;
- as práticas comerciais relativas a concorrentes e fornecedores, tanto na dimensão competitiva como nos valores partilhados;

- o desenvolvimento pessoal de colaboradores e colaboradoras, combatendo todas as formas de discriminação, nomeadamente as baseadas na pertença destes/as 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.

1. 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:

1.1 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;

1.2 promoção activa do desenvolvimento sustentável baseado no exercício da responsabilidade social das empresas, na defesa de espírito empreendedor e na implementação do desenvolvimento técnico e pessoal dos/as profissionais do Sector, que dignifique a sua actividade;

1.3 observância rigorosa, pelas empresas, da legislação específica aplicável e dos acordos e convenções do Sector, bem como dos compromissos assumidos com clientes, concorrentes, fornecedores/as e financiadores/as;

1.4 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 pró-activo.

2. Associações e Empresas

2.1 as Associações e Empresas do Sector aderentes a este Código de Ética assumem-se como parceiros activos na divulgação, adesão e na aplicação deste Código, observando, com as necessárias adaptações, os princípios do mesmo na sua vida interna e nas actividades associativas que desenvolvem;

2.2 as Associações, enquanto representantes de diversas empresas do sector do Comércio e Serviços e enquanto entidades filiadas na CCP, deverão ter um papel activo na divulgação do Código junto dessas empresas. Deste modo, poderão criar, em conjunto com estas, redes de informação para divulgação do Código de Ética;

2.3 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, fazer a denúncia pública daquelas.

3. 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/as clientes.

3.1 Clientes

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

3.1.1 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;

3.1.2 práticas comerciais que respeitem a liberdade de escolha do/a cliente ou do/a utilizador/a;

3.1.3 mensagens publicitárias que respeitem os princípios de correcção, de identificação, de verdade, na estrita observância dos direitos de terceiros;

3.1.4 serviços de reclamações eficazes na resposta às solicitações dos/as clientes;

3.1.5 em caso de diferendo, e sempre que possível, o recurso a mecanismos extra-judiciais de mediação e arbitragem.

3.2 Concorrência

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

3.2.1 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;



3.2.2 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;

3.2.3 devem abster-se, em especial, de quaisquer métodos anti-concorrência visando eliminar concorrentes pela recusa de venda ou pela fixação de vendas discriminatórias, ou ainda pela prática da venda abaixo do custo;

3.2.4 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.

3.3 Fornecedores/as

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

3.3.1 as empresas escolherão os/as seus/suas fornecedores/as segundo idênticos critérios de exigência ética, assumindo-se como intervenientes activos/as da correcção das práticas comerciais daqueles/as;

3.3.2 o relacionamento com os fornecedores efectuar-se-á segundo processos transparentes, baseados num relacionamento equitativo com estrita observância das condições contratuais negociadas;

3.3.3 as empresas obrigam-se a diligenciar junto do fornecedor a que reportem, eventuais reclamações de clientes.

3.4 Comércio electrónico

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

3.4.1 as empresas que exercem a sua actividade através do comércio electrónico obrigam-se a dar resposta atempada, a partir do dia em que o/a cliente transmite a ordem à empresa, informando com exactidão sobre eventuais atrasos;

3.4.2 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/a cliente;

3.4.3 as empresas comprometem-se em disponibilizar informação clara e suficiente à decisão do/a cliente consumidor/a, fornecendo exclusivamente os produtos encomendados *on-line* com respeito, em geral, pelas regras de protecção do/a consumidor/a e, em particular, pelas operações de venda à distância.

3.5 Promoção e Publicidade

Sempre que as empresas façam uso de qualquer tipo de promoção e publicidade, mesmo a institucional, essa deverá respeitar os seguintes princípios:

3.5.1 a promoção/publicidade deverá estar em conformidade com a legislação em vigor referente a este tema, ser honesta e verdadeira e respeitar os valores, direitos e princípios destacados pela Constituição;

3.5.2 os anúncios/promoções deverão respeitar os princípios da leal concorrência;

3.5.3 a promoção/publicidade deverá excluir toda e qualquer informação que possa, directa ou indirectamente, ser ambígua ou susceptível de induzir em erro quem a observa;

3.5.4 toda a promoção/publicidade, seja através de imagens ou texto, deverá proscrever qualquer tipo de informação que possa conduzir a factores de discriminação, de violência e de comportamentos ilícitos ou censuráveis;

3.5.5 a promoção/publicidade não deverá explorar a inexperiência ou credibilidade dos menores;

3.5.6 a promoção/publicidade deverá respeitar toda a informação partilhada entre as empresas, não a utilizando, salvo autorização expressa dos/as seus/suas autores/as;

3.5.7 as estratégias de comunicação comercial deverão respeitar os limites aconselháveis pela análise dos custos inerentes à transacção e da capacidade de pagamento dos destinatários.

3.6 Protecção da informação

3.6.1 a entidade aderente compromete-se a garantir o integral cumprimento do quadro legal relativo à protecção de dados pessoais;

3.6.2 a empresa deverá ainda garantir que toda a informação de clientes, fornecedores/as e outros/as colaboradores/as seja utilizada apenas para os fins para que foi obtida.

4. Recursos humanos

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

4.1 Políticas da empresa

A gestão das empresas do Sector desenvolverá políticas de recursos humanos que garantam o trabalho digno, através de:

4.1.1 dignificação da pessoa, não permitindo práticas discriminatórias ou que, de qualquer modo, atentem contra a integridade pessoal e profissional de colaboradores e colaboradoras;

4.1.2 desenvolvimento de plataformas de entendimento em torno das 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/suas colaboradores/as;

4.1.3 valorização profissional permanente de colaboradores e colaboradoras, durante todo o período do vínculo laboral com a empresa, assegurando o respeito pela qualidade de vida dos/as colaboradores/as, nomeadamente a adaptação dos horários de trabalho, e valorizando o mérito como resultado de reais contributos para a empresa.

4.1.4 a entidade aderente responsabiliza-se pela observância, em relação a todos/as e cada um/a dos/as





colaboradores/as, dos padrões de comportamento ético da empresa, devendo aqueles/as pautarem o seu desempenho pelos mais elevados padrões de integridade e honestidade pessoais, bem como pelo respeito da confidencialidade, cumprindo todas as disposições legais, regulamentares e éticas aplicáveis;

4.1.5 aos seus colaboradores e às suas colaboradoras, 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;

4.1.6 a inaceitabilidade de quaisquer comportamentos que, infundadamente, prejudiquem a reputação de outros/as, nomeadamente através de julgamentos preconceituosos, boatos ou informações não fundamentadas;

4.1.7 a propriedade intelectual de cada colaborador/a deve ser respeitada nos termos da lei;

4.1.8 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/as;

4.1.9 não serão toleradas intimidações, discriminações, ameaças e assédios morais ou sexuais sobre os colaboradores e as colaboradoras em todas as esferas da vida da empresa;

4.1.10 tanto mulheres como homens enfrentam problemas de conciliação entre a vida profissional, familiar e privada, por isso é necessário que a empresa tenha um entendimento igualitário acerca de papéis masculinos e femininos, tanto na sua vida social e profissional como na vida familiar e privada. Como tal, a empresa deverá criar condições que facilitem essa conciliação a todas as pessoas que nela trabalham;

4.1.11 o recrutamento, selecção e o reforço das qualificações dos/as colaboradores/as basear-se-á em critérios técnicos, procurando, sempre que possível, o seu desenvolvimento profissional.

4.2 Protecção da informação

4.2.1 as informações pessoais sobre os colaboradores e colaboradoras estão sujeitas ao princípio da confidencialidade, sendo a sua manipulação restrita ao/à próprio/a empregado/a e ao pessoal responsável pela guarda, manutenção e tratamento dessas informações;

4.2.2 qualquer informação de carácter pessoal que a empresa possua relativamente às pessoas que nela trabalham, obtida de forma directa ou indirecta, não poderá ser divulgada sem a sua autorização expressa, excepto nos casos previstos na lei.

4.3 Formação

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

4.3.1 a política de formação ao longo da vida deverá criar uma cultura de qualidade e produtividade, procurando as oportunidades de melhoria do desempenho;

4.3.2 a empresa deverá, através da formação, dar as ferramentas necessárias aos seus colaboradores, visando o reforço da sua empregabilidade.

4.4 Igualdade de oportunidades

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

4.4.1 será observado o princípio da não discriminação baseada, nomeadamente, em ascendência, deficiência, género, idade, orientação sexual, etnia, língua, território de origem, religião, convicções políticas e filiação sindical;



4.4.2 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 profissional e à retribuição;

4.4.3 o direito à reserva da intimidade da vida privada deve ser respeitado em todas as situações;

4.4.4 os/as colaboradores/as portadores/as de algum tipo de doença devem poder continuar inseridos no local de trabalho, tanto quanto o permita, do ponto de vista clínico, a evolução do seu estado de saúde.

4.5 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 o estímulo às inovações. Assim devem:

4.5.1 proporcionar ao/à colaborador/a um ambiente facilitador da participação activa na prevenção dos riscos profissionais;

4.5.2 assegurar a manutenção de um ambiente saudável no local de trabalho, promovendo o levantamento, a actualização e a prevenção dos riscos profissionais, cumprindo a legislação e colaborando com as entidades responsáveis pela prevenção e vigilância das condições de trabalho;

4.5.3 adoptar uma postura pedagógica, que permita reduzir/eliminar os riscos no local de trabalho para colaboradores e clientes, facilitando e estimulando a participação de todos/as;

4.5.4 estar atentas aos factores de risco de *stress*, bem como a outros factores que possam afectar a saúde e a segurança dos/as colaboradores/as.

5. Ambiente e património

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

5.1 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;

5.2 garantir que do exercício da sua actividade não resulte, directa ou indirectamente, qualquer agressão ou prejuízo para o património das comunidades, cuidando da sua imagem externa no respeito pelo património arqueológico, arquitectónico, urbanístico e linguístico e melhorando a qualidade de vida das cidades.

6. Responsabilidade social das empresas

As empresas do Sector devem dar particular atenção às temáticas da responsabilidade social, sustentabilidade e cidadania empresariais, através de:

6.1 participação e colaboração voluntárias em políticas de empresa que desenvolvam a responsabilidade social, tanto na sua dimensão interna como externa;

6.2 participação em projectos de intervenção social, patrocinando e desenvolvendo actividades cívicas, sociais e culturais no seio da comunidade em que estão inseridas;

6.3 benefícios à comunidade, agregando valor à causa pública, disponibilizando as suas competências para o desenvolvimento de projectos locais, designadamente, facilitando o voluntariado.

As acções desenvolvidas no quadro da Responsabilidade Social das Empresas não devem ser utilizadas para fins publicitários.



7. 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:

7.1 as empresas devem cumprir com todas as suas obrigações perante o Estado, designadamente, as fiscais e repudiar eventuais práticas de corrupção dos agentes do Estado sempre que delas tomem conhecimento;

7.2 devem responder atempadamente e com total transparência às solicitações, quando fundamentadas no interesse geral, dos poderes públicos e respectivos agentes reguladores e fiscalizadores.

8. Conselho de Ética

A CCP instituiu um Conselho de Ética para o Comércio e Serviços, constituído por personalidades independentes e convidadas, o qual, de acordo com o regulamento interno que elaborou, é responsável por:

8.1 dar resposta a todas as situações inerentes ao Código e à sua aplicação;

8.2 apresentar as propostas necessárias para uma boa aplicação e revisão do Código.

edição:
Confederação do Comércio e Serviços de Portugal
concepção gráfica e produção:
Dupladesign, Lda

editado em Fevereiro de 2009



CONFEDERAÇÃO DO COMÉRCIO
E SERVIÇOS DE PORTUGAL (CCP)

