



CÓDIGO DE  
**Ética e  
Conduta**  
Um conjunto de diretrizes  
que norteiam nossas ações

**Grupo Eurofarma**

Ter um ambiente saudável, onde impera a lealdade, a capacidade de compreensão, de valorização do próximo, o estímulo à inovação, ao crescimento do colega de trabalho, o respeito às leis e a busca da excelência no atendimento aos nossos clientes, são condições das quais ninguém deve abrir mão.

**Grupo Eurofarma**

## PALAVRA DO PRESIDENTE

Estimados colegas do Grupo Eurofarma,

Durante todos esses anos desde nossa fundação, muitas pessoas passaram por aqui e deixaram sua valiosa contribuição, outros estão conosco até os dias de hoje e são testemunhas das lutas, dificuldades e das nossas conquistas neste período, formando a base da nossa identidade corporativa e escrevendo em linhas retas a história que levou o Grupo Eurofarma à posição de destaque que ela se encontra atualmente.

Uma vez alcançado este patamar, nos deparamos com um desafio ainda maior que é nos mantermos nele, sermos melhores amanhã do que somos hoje e do que fomos ontem. Para sermos vitoriosos nesse desafio diário, não basta *“promovermos o acesso à saúde e à qualidade de vida com tratamentos a preço justo e operação rentável, que assegure o crescimento sustentável da empresa e o compartilhamento do valor gerado com colaboradores e sociedade”*. Tão importante quanto o fim que pretendemos alcançar, a saber a nossa missão e a nossa visão, são os meios pelos quais chegamos a ele, pois desejamos ser admirados não só pelo que fazemos, mas, também, pelo como fazemos.

Nossa meta é continuar crescendo e nos internacionalizando, sem abirmos mão de nossos valores. Buscamos ser uma Instituição em que, tanto colaboradores, parceiros comerciais, clientes, Órgãos Reguladores e Governo, a mídia e até a sociedade de maneira geral, depositam os mais elevados conceitos de confiabilidade. Isso é condição vital para uma sobrevivência perene em um mercado cada vez mais exigente e atento às nossas práticas.

Mil olhos nos vigiam constantemente e é necessário que saibamos que uma única ação inadequada, mesmo que de forma isolada, pode por a perder anos de laboriosa construção da nossa imagem e reputação.

Para reduzir riscos, danos ao patrimônio e, principalmente, assegurarmos

que nossos valores morais estão preservados, devemos ser diligentes e tomar os cuidados necessários para evitar a ocorrência de condutas contrárias e que possam prejudicar a credibilidade de nossa organização.

Sob estas premissas, ter um ambiente saudável, onde impera a lealdade, a valorização do colaborador, o estímulo à inovação, o desenvolvimento pessoal, o respeito às leis e a busca da excelência no atendimento aos nossos públicos, são condições das quais ninguém deve abrir mão e o atendimento ao padrão de conduta estabelecido neste Código deve ser um compromisso compartilhado por todos, independentemente da posição hierárquica.

**Para isso, o Código de Ética e Conduta do Grupo Eurofarma traz diretrizes que devem ser encaradas como uma bússola que norteia nossas ações no dia a dia.**

Este Código deve servir como referência para a tomada de decisões, pois seu conteúdo sintetiza o que a empresa espera no âmbito comportamental de cada profissional que pertence, se relaciona e representa a organização.

O Código de Ética e Conduta do Grupo Eurofarma aqui descrito é o padrão de conduta que se espera para alcançarmos patamares éticos elevados na gestão do negócio.



**Maurizio Billi**

Presidente do Grupo Eurofarma

# SUMÁRIO

<b>PALAVRA DO PRESIDENTE</b> .....	3
<b>1. NOSSA IDENTIDADE</b> .....	7
<b>1.1.</b> Missão .....	8
<b>1.2.</b> Visão .....	8
<b>1.3.</b> Valores .....	8
<b>1.4.</b> A Razão do Código .....	10
<b>1.5.</b> Abrangência .....	12
<b>1.6.</b> Orientações de Leitura .....	12
<b>2. GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE EXTERNO</b> .....	15
<b>2.1.</b> Clientes e Consumidores .....	16
<b>2.2.</b> Fornecedores .....	19
<b>2.3.</b> Mercado Farmacêutico e Concorrentes .....	22
▪ Mercado .....	22
▪ Concorrentes .....	22
▪ Profissionais da Área de Saúde .....	23
<b>2.4.</b> Entidades Públicas .....	23
<b>2.5.</b> Imprensa e Mídias Sociais .....	27
<b>2.6.</b> Meio Ambiente, Comunidade, Doações e Representantes de Classe .....	29
▪ Meio Ambiente .....	30
▪ Comunidade .....	31
▪ Doações .....	31
▪ Associações e Entidades de Classe .....	32
<b>2.7.</b> Pesquisa e Desenvolvimento .....	33
<b>3. GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE INTERNO</b> .....	35
<b>3.1.</b> Relacionamentos Internos .....	36
<b>3.2.</b> Postura Profissional .....	38
<b>3.3.</b> Conflito de Interesses .....	41

<b>3.4.</b> Contratação de Parentes.....	44
<b>3.5.</b> Tratamento de Brindes e Presentes.....	47
<b>3.6.</b> Prevenção e Tratamento de Fraudes.....	50
<b>3.7.</b> Segurança e Privacidade da Informação.....	52
<b>3.8.</b> Uso do Patrimônio Grupo Eurofarma .....	55
▪ Recursos Gerais.....	56
▪ Recursos Tecnológicos.....	56
▪ Uso da Marca do Grupo Eurofarma.....	57
<b>3.9.</b> Grupo Eurofarma e as Oportunidades Profissionais.....	59
▪ Oportunidades Profissionais .....	59
▪ Contratação de Ex-funcionários.....	60
<b>4. RESPONSABILIDADES E DIRETRIZES GERAIS .....</b>	<b>61</b>
<b>4.1.</b> O Papel do Grupo Eurofarma .....	62
<b>4.2.</b> A Responsabilidade do Gestor.....	63
<b>4.3.</b> O Papel da Área de Recursos Humanos.....	64
<b>4.4.</b> O Papel da Área de Integridade Corporativa.....	65
<b>4.5.</b> O Papel do Agente de Integridade Corporativa .....	66
<b>4.6.</b> O Papel da Diretoria .....	66
<b>4.7.</b> O Conselho e o Comitê de Ética do Grupo Eurofarma .....	68
<b>4.8.</b> Diretrizes Gerais .....	69
<b>4.9.</b> Responsabilidade Pessoal: Informando Infrações Reais e Potenciais .....	70
<b>5.0.</b> Canal de Ouvidoria.....	71
<b>GLOSSÁRIO .....</b>	<b>75</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO .....</b>	<b>76</b>



# 1. NOSSA IDENTIDADE





Somos uma organização dotada de princípios e valores que servem de alicerce para todas as nossas ações. Agir com integridade cotidiana é exigência fundamental para um profissional competente, que tenha postura alinhada com as políticas, normas e procedimentos organizacionais estabelecidos, refletindo nossa identidade empresarial.

**Nossos valores devem ser o alicerce de todas as nossas ações.**

## 1.1. MISSÃO

### “Nossa razão de existir”

Promover o acesso à saúde e à qualidade de vida com tratamentos a preço justo e operação rentável, que assegure o crescimento sustentável da empresa e o compartilhamento do valor gerado com colaboradores e sociedade.

## 1.2. VISÃO

Seremos uma das 3 maiores farmacêuticas de capital regional da América Latina, líderes em prescrição médica no Brasil e referência em inovação e sustentabilidade. Com rentabilidade crescente e 10% do portfólio protegido, 30% das vendas virão das operações internacionais.

## 1.3. VALORES

**AGILIDADE** Dinamismo e simplicidade fazem parte do nosso DNA e, para nos mantermos competitivos, estes atributos devem estar presentes em todas as operações e processos da companhia;

**COMPROMETIMENTO** A competência e o comprometimento com a empresa propiciam a valorização e o crescimento dos colaboradores. Por isso, sempre que possível, nossos talentos são prestigiados por meio de aproveitamento interno;

## NOSSA IDENTIDADE

**DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL** A boa gestão dos recursos humanos, financeiros e naturais, tem como base o desenvolvimento dos colaboradores, solidez financeira, práticas comerciais saudáveis e ações para a preservação do meio ambiente: pontos fundamentais para o equilíbrio de nossas operações;

**FOCO EM SAÚDE** O nosso modelo de negócios baseia-se na participação em todos os segmentos farmacêuticos, através de subsidiárias e coligadas, mantendo permanente o diálogo, a atração e formalização de parcerias estratégicas;

**EMPREENDEDORISMO** Para nos anteciparmos ao futuro, criamos novas e melhores formas de conduzir a empresa em todas as áreas, indo além da inovação inerente às atividades de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento), nossas lideranças estão abertas ao “novo” e mantêm o espírito vanguardista da companhia;

**ÉTICA** Alinhado ao Código da companhia, leis e regulamentações vigentes, o comportamento dos nossos colaboradores é obrigatoriamente pautado pela ética e transparência em todas as ações e operações realizadas na empresa e em nome dela;

**IGUALDADE (DIVERSIDADE)** Zelamos por um ambiente favorável e imparcial onde impera o respeito. Para isso, estabelecemos compromissos relacionados à diversidade, justiça e igualdade nas relações entre colaboradores e demais públicos;

**REINVESTIMENTO** Com a crença de que assumir riscos é parte integrante da atividade empresarial dinâmica e bem-sucedida, a geração de resultados positivos promove o crescimento da organização por meio do reinvestimento de recursos no próprio negócio;

**RESPEITO** Nos orgulhamos de nossa trajetória, origens e capacidade de superação. Nossa história é construída de forma a refletir nosso compromisso com o crescimento de nossos colaboradores e com o desenvolvimento dos países em que atuamos, mantendo respeito aos povos e culturas com os quais nos relacionamos;



**RESULTADO (DESEMPENHO OU PERFORMANCE)** Reconhecemos as diferentes contribuições para o alcance dos nossos objetivos e compartilhamos a riqueza gerada com colaboradores e sociedade, através de programas de meritocracia, ampliação do acesso e investimentos sociais.

Estes valores guiam a organização até aqui e nos auxiliarão na busca de um futuro com maior destaque, nos orientando nas relações com nossos stakeholders e engajando equipes para agregar valor para a sociedade como um todo.

## 1.4. A RAZÃO DO CÓDIGO

Ter um Código de Ética e Conduta não significa sermos éticos. Para isso, devemos adotar atitudes diárias condizentes com o conteúdo aqui exposto, buscando atingir nossos objetivos ancorados pela confiança mútua com os públicos com os quais nos relacionamos.

O termo Confiança é definido pelos dicionários como *“o bom conceito que se faz de alguém, a convicção do próprio valor, a firmeza de ânimo, o crédito, a intimidade e a familiaridade”*.

Esta confiança, necessária em qualquer atividade, ganha maior relevância no setor da saúde.

### Que nossas atitudes diárias sejam reflexo do conteúdo deste Código.

Então, a razão da existência do nosso Código tem como alicerce a conquista diária da confiança destes importantes públicos:

**Clientes** A prática de diretrizes éticas demonstra o quanto estamos comprometidos em criar e ampliar a satisfação e a lealdade dos nossos clientes.

**Colaboradores** Permite aos nossos colaboradores a obtenção de uma visão clara sobre o norte moral que deve ser seguido. Evita mal-entendido, práticas

## NOSSA IDENTIDADE

oportunistas, polêmicas infundadas, riscos desnecessários e boatos vazios em um mercado em que são cada vez mais relevantes as práticas éticas.

**Sociedade** Declara para a sociedade o nosso desejo moral, a expectativa de conduta depositada naqueles que fazem parte do negócio, permitindo o julgamento sobre os nossos atos. Se o que declaramos é condizente com a nossa prática, estabelecemos a âncora para um relacionamento de confiança.

**Grupo Eurofarma** Acreditamos no papel integrador da ética empresarial na tomada de decisões responsáveis e a importância de regularmos a nossa atuação através de princípios morais, como honestidade e transparência e socialmente responsáveis. Para isto, é exigido integridade e elevada conduta profissional de colaboradores e parceiros comerciais.

**Direção** Com práticas íntegras nos empenhamos em gerar o mais alto valor agregado à nossa direção e:

- Solidificar nosso nome no mercado e investir continuamente no crescimento e fortalecimento de nossa marca;
- Abrir novos mercados, frentes de atuação e canais de distribuição, visando o aumento da produtividade e o incentivo à inovação;
- Tomar e executar decisões prudentes, sempre reconhecendo que devemos gerir e cuidar dos ativos da empresa como se fossem nossos;
- Integrar controles de gerenciamento de riscos e de cumprimento de normas com os nossos processos de negócios.

**Parceiros de Negócios** Com relacionamentos baseados na confiança, transparência e ética buscamos:

- Melhoria contínua da qualidade dos processos de negócios com eles estabelecidos;
- Encontro de novas oportunidades comerciais que agreguem valor aos negócios;



- Disseminação de nossos valores através de parceiros que atuem de forma alinhada com eles.

**Relacionamentos** As empresas são compostas por pessoas de diferentes raças, crenças, ideologias e personalidades, o que torna natural algumas indagações morais como: O que devo fazer? Como agir em determinada situação? Como comportar-me perante o outro? Diante de um evento de corrupção e de injustiça, o que fazer?

**Consolidação da nossa Missão, Visão e Valores** Nosso Código tem o objetivo central de fortalecer a nossa missão, visão e valores, fornecendo critérios e diretrizes para condução das atividades na empresa, aumentando a integração entre os colaboradores, protegendo interesses públicos e profissionais e contribuindo para que os resultados da organização sejam sustentáveis.

## 1.5. ABRANGÊNCIA

Ao buscarmos os princípios da transparência e da ética na conduta dos negócios executados no Grupo Eurofarma, esperamos coibir situações de conflito de interesses, assegurar a privacidade e confidencialidade de informações e a conduta ética de nossos colaboradores. O alinhamento a essas diretrizes também é importante para elegermos prestadores de serviço e fornecedores da empresa. Por essa razão, todos os profissionais, aqui identificados como **“Colaboradores”**, devem aderir, obrigatoriamente, ao conteúdo deste Código:

Acionistas, executivos, funcionários efetivos, temporários, estagiários, menores aprendizes, terceirizados com local de trabalho fixo nas dependências do Grupo Eurofarma e representantes comerciais.

## 1.6. ORIENTAÇÕES DE LEITURA

É primordial que todos procedam a leitura completa deste Código, mesmo que o assunto abordado não o afete diretamente.

## NOSSA IDENTIDADE

Dedique tempo adequado para leitura e, em caso de dúvidas, procure orientação com seu gestor ou com a área de Integridade Corporativa (ou Agente de Integridade Corporativa em cada unidade internacional).

Mantenha este Código próximo a você no dia a dia para poder consultá-lo sempre que surgirem dúvidas sobre qual conduta adotar em determinadas situações.

Na abordagem de alguns temas você se deparará com uma seção de orientações práticas que reforçam as atitudes esperadas pela organização e outra intitulada como “**IMPORTANTE SABER** ⓘ” que traz mais dados sobre o tema abordado.

Você contará também com um glossário contendo palavras e expressões menos usuais e um índice remissivo para facilitar a localização de um tema específico.

Após a leitura, preencha e assine o Termo de Adesão ao Código e encaminhe para a Área de Recursos Humanos de sua unidade. Os profissionais da Força de Vendas devem entregar o termo assinado para seus respectivos gestores, para que seja entregue na área de Integridade Corporativa.

O Termo de Adesão ao Código assinado é parte integrante do prontuário de colaboradores, sendo sua guarda de responsabilidade da Diretoria de Recursos Humanos.

**Muito mais que desejar uma boa leitura, desejamos uma excelente prática deste conteúdo.**





**2. GRUPO  
EUROFARMA  
E O AMBIENTE  
EXTERNO**





## 2.1. CLIENTES E CONSUMIDORES

A **Missão de promover o acesso à saúde e à qualidade de vida com tratamentos a preço justo e operação rentável, que assegure o crescimento sustentável da empresa e o compartilhamento do valor gerado com colaboradores e sociedade**, deve ser perseguida por todos os colaboradores.

Nossos clientes são o caminho para atingirmos esta missão e, portanto, a razão da nossa existência. Devemos assegurar o respeito e o alto nível de serviços para mantermos sempre uma relação saudável e de confiança com este público.

**Temos o compromisso de criar e ampliar a satisfação e a lealdade do cliente.**

### **Padrão Grupo Eurofarma**

- Respeito e cordialidade como pauta mínima em todo e qualquer assunto tratado.
- As informações transmitidas devem ser corretas e claras.
- Proatividade na identificação de necessidades e de possíveis riscos operacionais nos negócios.
- Incentivo ao estabelecimento de relações profissionais, imparciais e tecnicamente competentes.
- Guarda de informações, envolvendo operações e dados pessoais, sendo utilizadas exclusivamente para fins comerciais ou demandas legais. Nossos clientes devem estar seguros de que suas informações estão em boas mãos, e confiantes de que serão mantidas em sigilo, visando a conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados – nº13.709/18.
- Opiniões ou interesses pessoais nunca devem se sobrepor aos interesses do Grupo Eurofarma e da relação da empresa com seus clientes.

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE EXTERNO

- Nossos colaboradores não prestarão serviços remunerados, de caráter pessoal e de qualquer natureza, aos clientes do Grupo Eurofarma.
- Temos o compromisso de criar e ampliar a satisfação e a lealdade do cliente:
  - Oferecendo produtos de qualidade a preço justo;
  - Construindo e mantendo relações duradouras com os clientes em todos os segmentos que atuamos e com os quais nos relacionamos;
  - Não nos envolvendo em relações ou acordos comerciais que não estejam alinhados aos nossos princípios e valores;
  - Sendo transparentes em toda comunicação e em concordância com as leis em vigor;
  - Facilitando, acatando quando possível e respondendo no prazo adequado, as manifestações de sugestão, crítica ou melhorias apontadas pelos clientes.

### Orientações Práticas

- Sempre adote uma comunicação honesta e transparente com nossos clientes.
- Se por alguma razão, o diálogo com o cliente se tornar inviável, peça a intervenção de seu gestor para auxiliá-lo a contornar o conflito.
- Posicionar um cliente negativamente sobre uma determinada demanda é tarefa que muitas vezes pode trazer consequências ruins ao relacionamento. O cliente não está interessado em desculpas, justificativas para um erro ou mesmo quem foi o responsável. Ele quer a solução, então, concentre-se em resolver o problema e mostre atitude no sentido de buscar alternativas para solucioná-lo.
- Ao detectar um problema, como um atraso na entrega ou em uma resposta, não espere o cliente ligar reclamando, antecipe-se, avise-o sobre o atraso e mostre empenho na solução do problema. O simples fato de mostrar



sua preocupação, estará transformando uma situação desfavorável numa oportunidade de conquistar ainda mais sua confiança.

- Com os produtos cada vez mais parecidos, preços mais próximos e o acesso a tecnologias e informação disponível para todos, um dos diferenciais competitivos é o “Atendimento”. A qualidade no atendimento e o nível dos serviços poderão ser determinantes na escolha do cliente.
- O trabalho não estará bem-feito se após a nossa linha de frente se esforçar para encantar o cliente, alguma outra área interna decepcioná-lo. A qualidade no atendimento deve permear toda a empresa.
- Caso nosso cliente tenha dúvidas sobre qualquer tema que você desconheça, indique prontamente nossa central de atendimento. Os profissionais desta área estão preparados para dar o encaminhamento adequado.

**Central de Atendimento Eurofarma – CAE**  
**0800 704 3876**

**Central de Atendimento Momenta**  
**0800 703 1550**

ou pelo site:  
**[www.eurofarma.com](http://www.eurofarma.com)**

## **IMPORTANTE SABER**

- São considerados clientes do Grupo Eurofarma:
  - ☑ Consumidores em geral;
  - ☑ Farmácias;
  - ☑ Distribuidores;
  - ☑ Hospitais;
  - ☑ Clínicas médicas e veterinárias;
  - ☑ Médicos;
  - ☑ Profissionais da Área da Saúde;
  - ☑ Outros Laboratórios Farmacêuticos clientes ou parceiros de negócio;
  - ☑ O Governo em ações licitatórias ganhas pelo Grupo Eurofarma.

### 2.2. FORNECEDORES

Nossos fornecedores devem estar alinhados com as metas operacionais da organização e com os nossos padrões éticos.

É prática do Grupo Eurofarma, na seleção de fornecedores, considerar critérios justos e objetivos, além das especificações técnicas exigidas para aquisições de produtos ou serviços. Também são considerados eventuais vínculos familiares com outros colaboradores da empresa, evitando potenciais conflitos de interesses e, ainda, outros aspectos objetivos que possam trazer algum dano ao ambiente interno da companhia.

**Formamos parcerias que agregam valor para a organização.**

#### **Padrão Grupo Eurofarma**

- Contratamos fornecedores que agreguem valor para a organização e que estejam alinhados com os nossos objetivos estratégicos, não estabelecendo relações comerciais que visam atender interesses pessoais.
- Condenamos práticas ilegais como a utilização de mão de obra infantil, escrava ou qualquer outro tipo de exploração com a qual a empresa não compactue.
- Formamos parcerias com fornecedores que rejeitam práticas empresariais que promovem a agressão, contaminação ou prejuízo permanente ao meio ambiente, comprometendo o desenvolvimento sustentável.
- Entendemos que os fornecedores possuem papel estratégico em nosso negócio e, por isso, instituímos o Código de Conduta do Fornecedor do Grupo Eurofarma, cujo propósito é a condução dos negócios pautados pela ética e transparência. O Código favorece uma relação de confiança, na qual o desenvolvimento e aprendizado recíproco são chaves para o alcance dos resultados econômicos, sociais e ambientais desejados.
- Aos fornecedores que possuem funcionários alocados permanentemente



em nossas instalações, requeremos formalmente o compromisso destes profissionais de agirem em conformidade com os preceitos de conduta estabelecidos neste Código.

- Não aceitamos que nossos fornecedores prestem serviços que não tenham sido prévia e formalmente aprovados.
- Solicitamos aos fornecedores que orientem seus funcionários a não oferecerem prestação de serviços de caráter pessoal para colaboradores do Grupo Eurofarma. Um cuidado para não recair sobre ambos a suspeita de favorecimentos.
- A prática de ações anticoncorrenciais (Antitruste) é moralmente reprovável em nosso meio, além de crime previsto em lei. Não compactuamos com tais práticas.
- Assim como nos esforçamos para não trazer riscos de qualquer natureza aos nossos fornecedores, não admitimos que nos seja imputado riscos desconhecidos nesta relação comercial. Por esta razão, nossos fornecedores devem comunicar a terceirização de qualquer etapa de produção dos serviços contratados.
- Nossos fornecedores não estão autorizados a falar ou agir em nome do Grupo Eurofarma.

### **Orientações Práticas**

A gestão do processo de aquisição de materiais, bens e serviços diretos e indiretos é centralizada na Área de Suprimentos para garantir:

**Melhor qualidade** Adquirirmos produtos de qualidade comprovada, que cumpram com as especificações solicitadas. Adquirirmos materiais de fornecedores tecnicamente aprovados.

**Melhor atendimento** Relação com fornecedores que mantenham atendimento ágil e eficiente, incluindo os serviços pós-venda e o cumprimento de prazos de entrega.

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE EXTERNO

**Menor custo** Dentre as propostas que atenderem às condições especificadas, deverá ser prestigiado o fornecedor que apresentar a melhor relação custo-benefício (sempre justificada).

**Pagamento a fornecedores** Cada aprovador possui determinada alçada que deve ser respeitada. É proibido negociar com fornecedores o desmembramento do pedido em valores menores, visando aprovação direta da área ou qualquer outro fim.

**Alinhamento de valores** Desejamos manter relacionamentos com empresas e organizações que compartilhem de nossas crenças, valores e práticas responsáveis.

**Compliance Operacional** Qualquer processo que envolva pagamento a fornecedores deve ser executado em conformidade com a política de suprimentos. Não é permitida a contratação de um fornecedor sem aprovação prévia e formal.

**Antitruste** Rejeitamos qualquer conduta anticompetitiva de nossos fornecedores, pois infringe a livre concorrência e a competição saudável. As penas por violações à legislação concorrencial são severas, podendo alcançar a empresa e os colaboradores envolvidos.

### IMPORTANTE SABER

▪ São exemplos de condutas anticoncorrenciais:

- Combinação de preços;
- Divisão de clientes e mercados;
- Recusa de vendas sem motivação aparente;
- Formação de cartel;
- Aplicação de preços predatórios;
- Participação em processo de concorrência, apresentando propostas de empresas pertencentes aos mesmos sócios, administradores ou familiares;
- Práticas ilegais como pirataria, contrabando, falsificação e adulteração de produtos e marcas, além de oferta de produtos cujos impostos devidos não foram pagos.



## 2.3. MERCADO FARMACÊUTICO E CONCORRENTES

A divulgação de boatos ou informações incertas podem provocar danos ao ambiente interno e no mercado, por isso zelamos pela proteção de informações de mercado. Da mesma forma, entendemos que os nossos concorrentes são agentes especiais e fundamentais para um sadio crescimento do Grupo Eurofarma neste mesmo mercado. Por fim, construímos relacionamentos baseados em nossos valores organizacionais, primando pela transparência das relações entre Indústria Farmacêutica e profissionais da Área de Saúde.

**Toda justa concorrência é vital para o crescimento sustentável do mercado em que atuamos.**

### Padrão Grupo Eurofarma

- Mercado
  - Divulgamos informações estritamente fundamentadas e técnicas, além de previamente autorizadas pela Direção do Grupo Eurofarma.
  - Contribuímos para o crescimento e a valorização dos mercados, bem como para o permanente desenvolvimento de seus princípios e estruturas.
  - Rejeitamos qualquer atuação, de forma isolada ou em conjunto, que afete ou vise afetar os mecanismos de formação de preços, criando condições artificiais de oferta ou demanda ou que manipule, sob qualquer forma, as condições de mercado.
  - Não comercializamos e não temos interesse por produtos que estejam fora dos padrões legais, sobrepondo-se ao mercado ético e regulamentado no qual o Grupo Eurofarma está inserido.
- Concorrentes
  - Toda justa concorrência é vital para o crescimento sustentável do mercado em que atuamos. Por isto, respeitamos nossos concorrentes, buscan-

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE EXTERNO

do estabelecer uma concorrência saudável, justa e leal, sustentada pelas normas e legislações aplicáveis.

- Tecer comentários que possam afetar a imagem, obter informações estratégicas de maneira escusa, divulgar ou debater informações privilegiadas de nossos concorrentes, assim como debater com eles assuntos de caráter interno não são práticas admitidas no Grupo Eurofarma.
- Consideramos moralmente condenáveis a espionagem industrial e a apropriação de informações sigilosas de outras empresas através da contratação de seus funcionários.

### ▪ Profissionais da Área de Saúde

- Desejamos ser reconhecidos por princípios de honestidade e boa-fé, por esta razão o patrocínio a profissionais de saúde para participação em simpósios, congressos e outros eventos de caráter técnico-científico é permitido, desde que vise o desenvolvimento do profissional de saúde.
- Quando contratamos profissionais de saúde como palestrantes em eventos de caráter técnico-científico, procuramos deixar clara esta relação na apresentação do profissional no evento.
- O respeito às leis e regulamentações do setor é inegociável e, por conta disso, a distribuição de Amostras Grátis de Medicamentos é feita exclusivamente para os profissionais da Área de Saúde.

## 2.4. ENTIDADES PÚBLICAS

Nosso relacionamento com o setor público é regido por princípios de transparência e ética, assegurando a condução deste relacionamento de forma profissional.

**Cumprimos as leis, normas e legislações vigentes.**



## Padrão Grupo Eurofarma

- Aos nossos colaboradores é exigido que, ao se relacionarem com representantes de órgãos públicos, o façam de forma transparente, remetendo-se sempre aos princípios morais estabelecidos neste Código.
- Primamos pelo cumprimento das leis, normas e legislações estabelecidas, bem como apoiamos os Órgãos Governamentais no exercício de suas funções, que visam o desenvolvimento, o bem-estar social e a competitividade de um mercado justo e livre.
- As opiniões de caráter pessoal sobre governantes, agentes públicos, políticos e seus partidos são permitidas e respeitadas desde que não sejam proferidas através de ferramentas de propriedade da empresa, incluindo seu nome, para divulgação destas opiniões.
- O Grupo Eurofarma não realiza ou compactua com ações que possam afetar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo de licitações.
- O Grupo Eurofarma, conforme estabelecido no estatuto da companhia, não poderá efetuar doações e contribuições para campanhas eleitorais a partir de fevereiro de 2015.
- Sem preferências político-partidárias, a empresa apoia ações que visam o bem-estar social e o desenvolvimento sustentável da sociedade em que está inserida.
- Qualquer participação em atividade político-partidária deverá ser feita em caráter pessoal e não como representante da empresa.
- Não permitimos qualquer forma de favorecimento ou privilégio a agentes públicos em razão de sua função, primando sempre pela ética nos assuntos que envolvam a organização e o Governo, em todas as suas esferas.
- Corrupção, além de crime, traz consequências irreparáveis a todos os envolvidos. Alinhados com nossos valores organizacionais, somos aderentes a todas as leis anticorrupção existentes localmente (Lei nº 12.846/2013) e nos países em que possuímos operações ou mantemos relações comerciais.

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE EXTERNO

- O Grupo Eurofarma não compactua ou permite qualquer tipo de extorsão, coerção ou prática de suborno.
- No relacionamento com o setor público, não devemos jamais oferecer ou aceitar presentes, favores e cortesias de funcionários – concursados ou nomeados – de qualquer instância e instituição, incluindo ocupantes de cargos políticos e seus partidos.
- Qualquer ação promocional ou doação que se pretenda fazer a entidades públicas seguirá as Políticas da Instituição e deverá ter prévia autorização da Área de Integridade Corporativa.

### Orientações Práticas

Qualquer forma ilícita de obtenção de recursos financeiros ou outras vantagens pessoais ou empresariais são combatidas por todos na organização, mesmo que aparentemente possa trazer algum benefício de curto prazo para os envolvidos.

### IMPORTANTE SABER

- Devemos saber que:
  - **Suborno** – Consiste no ato de induzir alguém, seja um ente público ou parte privada, a qualquer ação ou omissão com objetivos ilegais, desonestos ou antiéticos, em proveito próprio ou de terceiros, oferecendo-lhe dinheiro, presentes, entretenimento, benefícios, vantagens ou qualquer coisa de valor.
  - **Corrupção Ativa** é crime praticado por particular contra a administração pública em geral. Caracteriza-se pela oferta ou promessa indevida a funcionário público, para incentivá-lo a praticar, omitir ou retardar ato que deveria realizar.
  - **Corrupção Passiva** é crime praticado por funcionário público contra a administração em geral, caracterizando-se pela solicitação ou recebimento, para si ou outrem, direta ou indiretamente, ainda que fora da fun-



ção ou antes de assumi-la, mas em razão dela, vantagem indevida ou aceitar promessa de tal vantagem.

- **Improbidade Administrativa** é todo ato praticado por agente público, contrário às normas da moral, à lei e aos bons costumes, com visível falta de honradez e de retidão de conduta no modo de agir perante a administração pública. Entre os atos que a configuram estão aqueles que geram enriquecimento ilícito, recebimento de qualquer vantagem econômica, direta ou indireta, superfaturamento, lesão aos cofres públicos, prática de qualquer ação ou omissão, dolosa ou culposa, que viole os deveres de honestidade, imparcialidade, legalidade e lealdade às instituições.
- **Prevaricação** é um dos crimes praticados por funcionário público contra a administração em geral que consiste em retardar ou deixar de praticar, indevidamente, ato de ofício, ou praticá-lo contra disposição expressa de lei, para satisfazer interesse ou sentimento pessoal.
- **Concussão** é o crime praticado por funcionário público, em que este exige, para si ou para outrem, vantagem indevida, direta ou indiretamente, ainda que fora da função ou antes de assumi-la, mas em razão dela.
- **Lavagem de Dinheiro** é um crime que não envolve, necessariamente, agentes públicos e pode ser praticado por qualquer pessoa, sendo um processo onde recursos financeiros oriundos de atividades ilegais como tráfico de drogas, corrupção, comércio de armas, prostituição, crimes de colarinho branco, terrorismo, extorsão, fraude fiscal, entre outros, são disfarçados de várias formas e aparecem como resultado de operações comerciais legais, podendo ser absorvidos pelo sistema financeiro naturalmente.
- **Entidades Públicas** – Órgãos e entidades estatais ou representações diplomáticas, de qualquer nível ou esfera de governo, bem como as pessoas jurídicas controladas, direta ou indiretamente, pelo poder público.
- **Funcionário Público ou Funcionário do Governo** – Qualquer funcionário de autarquias ou agências regulatórias de empresas públicas ou controladas pelo governo.

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE EXTERNO

Se tiver dúvidas sobre se uma pessoa é ou não representante de uma entidade pública e, portanto, as relações da organização com ela estão sujeitas aos preceitos deste Código, procure a Área de Integridade Corporativa para esclarecimentos.

### **LEMBRE-SE:**

**Não devemos oferecer ou aceitar brindes e presentes de agentes de Entidades Públicas. Mesmo que não haja motivações indevidas, este ato pode trazer consequências para a empresa, colaboradores e terceiros envolvidos.**

## 2.5. IMPRENSA E MÍDIAS SOCIAIS

Sabedores do papel fundamental da imprensa na sociedade, é nosso desejo manter uma relação de diálogo contínuo, imparcial e verdadeiro com os veículos de comunicação, gerando confiança e credibilidade, além de contribuir para a boa imagem da empresa.

Também estamos cientes da importância das mídias sociais que de maneira ágil nos permite nos comunicar, interagir e relacionar com empresas e pessoas de qualquer parte do mundo. A grande quantidade de informações publicadas por usuários podem trazer tanto reflexos extraordinários quanto desastrosos, o que nos remete à necessidade de estabelecermos alguns cuidados para salvaguardar a imagem da Instituição.

**Mantemos uma relação de diálogo com a imprensa.**

### **Padrão Grupo Eurofarma**

- Qualquer declaração, seja escrita ou verbal, em nome do Grupo Eurofarma, é feita somente por pessoas previamente autorizadas, garantindo o ponto de vista institucional.



- Publicações de textos, palestras, atividades de ensino, concessão de entrevistas ou aparições públicas de colaboradores exigem aprovação da Área de Comunicação Corporativa do Grupo Eurofarma.
- Solicitações da imprensa devem ser encaminhadas para a Área de Comunicação Corporativa do Grupo Eurofarma.
- A liberdade de imprensa é um dos pilares da democracia e é apoiada pela companhia.
- A divulgação de informações equivocadas a respeito de nossa organização, acionistas, executivos e demais colaboradores, configura desvio de conduta.
- O Código de Ética e Conduta é extensivo para o ambiente digital (Internet). Todos os princípios, orientações e condutas esperadas estabelecidas neste Código de Ética e Conduta do Grupo Eurofarma são aplicáveis em sua participação nas mídias sociais.

## **Orientações Práticas**

Para mitigar os riscos de reputação e imagem em publicações da imprensa e redes sociais, é necessária orientação e treinamento para que se tenha consciência e bom-senso no trato da informação. O desenvolvimento desta consciência, coerência e bom-senso vão além da publicação de um guia corporativo. Para isto o Código é importante, mas ele sozinho não será suficiente se não houver compromisso efetivo de cada colaborador.

- Se uma pessoa que seja de fora do Grupo Eurofarma desejar obter informações sobre a empresa, não ofereça as informações, a menos que esteja autorizado a fazê-lo, caso contrário encaminhe para a Área de Comunicação Corporativa.
- Não use, em nenhuma situação, os logotipos ou marcas do Grupo Eurofarma em publicações que não sejam autorizadas pelo diretor da área.
- Tanto na imprensa quanto nas mídias sociais o que está publicado não tem volta, por isso deve-se temer algumas consequências.

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE EXTERNO

- Proteja a si mesmo, sua privacidade, informações confidenciais e os interesses legítimos do Grupo Eurofarma. O que você publica é amplamente acessível, e continuará a ser por um longo tempo. Portanto, considere o conteúdo cuidadosamente.
- Seja cortês e respeitoso ao publicar conteúdo original ou comentar conteúdo de terceiros, mantendo-se pertinente ao assunto. É possível discordar com boa educação. Isso é especialmente importante em assuntos profissionais pelos reflexos sobre a sua imagem e sobre o Grupo Eurofarma como sua empregadora.
- Não publique comentários sobre ações ou notícias de nossos concorrentes. Os resultados podem ser desastrosos.

### IMPORTANTE SABER

- Imprensa é a designação coletiva dos veículos de comunicação que exercem o jornalismo e outras funções de comunicação informativa.
- Mídias sociais são as ferramentas que as pessoas e empresas usam para compartilhar conteúdo, visões, perspectivas, opiniões e perfis, facilitando a interação entre variados grupos e permitindo a publicação de conteúdo por qualquer pessoa.

## 2.6. MEIO AMBIENTE, COMUNIDADE, DOAÇÕES E REPRESENTANTES DE CLASSE

empresas mais maduras e responsáveis não estão voltadas apenas para o mundo dos negócios dos quais participam. Além da busca pelo lucro, as instituições devem estar atentas para o papel social importante que desempenham na sociedade, contribuindo para o desenvolvimento e crescimento das comunidades em que estão inseridas.

Para uma atuação mais abrangente, o Grupo Eurofarma se baseia em três princípios:



-  Alcançar o crescimento sendo **Socialmente Justa**, promovendo o desenvolvimento social, combatendo preconceitos e discriminações, e contribuindo para a universalização dos direitos sociais;
-  Perpetuar-se com solidez financeira sendo **Economicamente Viável**, gerando lucros de forma responsável e praticando princípios sólidos de gestão empresarial;
-  Solidificar sua imagem de **organização Socialmente Responsável** buscando a Ecoeficiência, gerindo os riscos ambientais de forma concreta, além de disseminar o consumo consciente e buscar formas de preservar o meio ambiente.

**Devemos ser socialmente justos, economicamente viáveis e ecologicamente corretos.**

## **Padrão Grupo Eurofarma**

- Meio Ambiente
  - Incentivamos o uso responsável de recursos naturais como forma de colaborar com a qualidade de vida, a saúde pública e o meio ambiente.
  - Rejeitamos toda a prática de ações que deterioram o meio ambiente.
  - Elaboramos e divulgamos anualmente nosso Balanço Socioambiental, de modo a tornar público os resultados e aprendizados das ações ambientais desenvolvidas, possibilitando que práticas bem-sucedidas sejam replicadas em benefício da sociedade como um todo.
  - Visamos a melhoria e a busca pela Ecoeficiência a partir de projetos que recebem aporte financeiro da empresa.

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE EXTERNO

### ▪ Comunidade

- Apoiamos ações voltadas para a formação e valorização da cidadania e difundimos os princípios da justiça social e direitos humanos.
- Temos forte atuação nas Áreas de Responsabilidade Social e Ambiental e estimulamos nossos colaboradores a estabelecerem ações voluntárias.
- Condenamos a exploração das pessoas pelo trabalho, em especial o infantil.
- Investimos na preservação e sustentação das comunidades nas quais estamos inseridos, atuando em parceria com órgãos governamentais, instituições sociais e outros grupos, visando o desenvolvimento dessas comunidades, principalmente através das práticas de Responsabilidade Social do Grupo Eurofarma.

### ▪ Doações

Na própria missão do Grupo Eurofarma “promover o acesso à saúde e à qualidade de vida com tratamentos a preço justo...” fica clara a preocupação e o compromisso da empresa em disponibilizar o acesso aos seus produtos. A formação de preços no Grupo Eurofarma contempla esta premissa e também a necessidade de uma operação rentável que viabilize os investimentos para que a organização se perpetue.

- As amostras de medicamentos, entregues em grande volume à classe médica, cumprem uma importante função social, pois possibilitam, mediante a avaliação do profissional de saúde, o início ou mesmo a totalidade do tratamento ministrado aos pacientes.
- A empresa não trabalha com uma política formal de doação de produtos para pessoa física. Exceções como pedido médico para pacientes que não sejam contemplados nos programas de assistência farmacêutica do governo são analisadas caso a caso, bem como a doação de medicamentos para vítimas de catástrofes ou desastres naturais. A responsabilidade das doações é da área de Responsabilidade Corporativa.



- Outras doações de cunho filantrópico, inclusive as doações em espécie, de alimentos, medicamentos e equipamentos são avaliadas e realizadas pela Área de Responsabilidade Social para instituições e organizações sem fins lucrativos que tenham uma proposta sinérgica com a missão e valores do Grupo Eurofarma.
- Associações e Entidades de Classe
- O Grupo Eurofarma reconhece o importante papel das Associações e Entidades de Classe que são legalmente constituídas.
  - É nosso dever acompanhar suas iniciativas e práticas, estando sempre dispostos a dialogar em qualquer situação que envolva a Instituição, buscando sempre uma solução que atenda satisfatoriamente às partes envolvidas.
  - Asseguramos que os representantes destas Associações e Entidades não serão objeto de discriminação e que tenham acesso a seus representados no local de trabalho, em horários em que não haja interferência ou prejuízos ao processamento dos negócios.
  - Não compactuamos com movimentos contrários à Convenção das Leis Trabalhistas.
  - Respeitamos o direito de manifesto de opiniões divergentes, apoiamos o diálogo e repudiamos a imposição de interesses através da força.
  - O Grupo Eurofarma faz parte de Associações Farmacêuticas que a representam de forma responsável e que praticam os valores morais descritos neste Código.
  - Por sua vez, a companhia respeitará e praticará os preceitos descritos nos Códigos de Ética e Conduta das Associações que participar.

### 2.7. PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

Os estudos clínicos e pré-clínicos no Grupo Eurofarma seguem os padrões regulatórios e de Boas Práticas Clínicas. Estes são conduzidos visando a qualidade dos dados e priorizando a segurança dos envolvidos, sempre agindo com qualidade, ética e transparência. A Eurofarma atua em todas as fases de pesquisa laboratorial e clínica e assegura o cumprimento dos protocolos de pesquisa ao adquirir patente ou explorar uma patente. Por exigência regulatória, os medicamentos desenvolvidos e comercializados são submetidos a testes clínicos em animais e seres humanos.





**3. GRUPO  
EUROFARMA  
E O AMBIENTE  
INTERNO**





### 3.1. RELACIONAMENTOS INTERNOS

O relacionamento entre pessoas é um desafio em qualquer segmento da sociedade em virtude de diferentes personalidades, crenças e ideologias que convivem em um mesmo espaço. Para termos um ambiente saudável, a empresa orienta nas relações profissionais a manutenção do respeito à diversidade de gêneros e pensamentos.

Além disso, o Grupo Eurofarma estimula o equilíbrio entre a vida social e a profissional e entre o trabalho e a família, como forma de alcançar o bem-estar pessoal e profissional. Também apoia iniciativas de preservação à integridade física, à saúde e segurança no trabalho, assim como de combate à dependência química e de álcool.

**Tratemos o outro da mesma forma que gostaríamos de ser tratados.**

#### **Padrão Grupo Eurofarma**

- Fazer aos outros o mesmo que gostaríamos que eles fizessem conosco.
- Independentemente de posições hierárquicas, espera-se que cada colaborador assuma a responsabilidade sobre seus atos, e que tenha disposição para aprender com os próprios erros, reconhecendo-os e não voltando a repeti-los.
- Incentivamos a prática de respeito mútuo, de posturas de ativa cooperação e diligência, pois acreditamos que assim o Grupo Eurofarma poderá oferecer produtos e serviços cada vez mais competitivos.
- Conquista a confiança do grupo, aquele que estabelece, sempre, tratamento justo e equânime, sendo responsável em suas avaliações formais, incluindo processos de feedback, planos de metas e desempenho.
- Rejeitamos a postura individualista em detrimento da equipe.

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE INTERNO

- Não admitimos que em nosso ambiente de trabalho impere o medo de errar, a intimidação e a desconfiança.
- Repudiamos o assédio sexual e o moral, que constrangem, humilham e destroem a autoestima pessoal e a coesão organizacional. Nesta linha, destacamos algumas condutas condenáveis para imposição de autoridade ou obtenção de vantagens, através do poder hierárquico conferido pela empresa, para com subordinados e pares:
  - A desqualificação pública, a ameaça e a ofensa;
  - A falta de respeito para com as atribuições funcionais;
  - Apresentar trabalhos ou ideias de colegas sem conferir-lhes o respectivo crédito;
  - Solicitar a colaboradores a prestação de serviços de ordem pessoal;
  - Constranger colaborador com o intuito de obter favorecimento sexual.

### Orientações Práticas

O assédio é incompatível com os valores do Grupo Eurofarma, portanto é inaceitável em seu ambiente de trabalho. Além disso, nenhuma comunicação pode conter qualquer declaração ou material que seja ofensiva.

### IMPORTANTE SABER

Assédio moral é uma conduta abusiva cometida por uma ou várias pessoas contra um indivíduo ou um grupo, com o objetivo de depreciar o assediado. Não envolve, obrigatoriamente, relação de hierarquia. Para se configurar assédio há, normalmente, um conjunto **repetitivo e prolongado** de atitudes hostis, incluindo gestos, palavras ou ações que humilham, desqualificam e inferiorizam o assediado. Essa é uma prática condenável, pois provoca vergonha, constrangimento, exposição à situação vexatória, humilhação, discriminação e medo, com reflexos negativos sobre o ambiente de trabalho e a saúde do indivíduo.



Por outro lado, não se deve rotular como assediador, um gestor de personalidade exigente, meticoloso, que prima pela excelência no cumprimento das tarefas. Essa conduta faz parte de sua função diretiva e disciplinar. Conflitos e discussões verbais, inclusive acaloradas, podem ocorrer mediante o objetivo comum de alcance de metas e resultados. Essas situações não podem ser entendidas como assédio moral. Os incidentes isolados, decorrentes de tensões no trabalho, não representam assédio moral. Tanto os incidentes isolados, quanto o assédio moral, são práticas não aceitas no Grupo Eurofarma, mas são coisas diferentes. O assédio moral é constante e repetitivo e a agressão verbal é um fato isolado.

- O assédio sexual é um crime que está previsto no Código Penal brasileiro que o define: (Art. 216-A). Constranger alguém com o intuito de obter vantagem ou favorecimento sexual, prevalecendo-se o agente da sua condição de superior hierárquico ou ascendência inerentes ao exercício de emprego, cargo ou função.
- Considera-se dano moral quando uma pessoa se acha afetada em seu ânimo psíquico, moral e intelectual, seja por ofensa à sua honra, na sua privacidade, intimidade, imagem, nome ou em seu próprio corpo físico, e poderá estender-se ao dano patrimonial se a ofensa de alguma forma impedir ou dificultar atividade profissional da vítima.

O dano moral corresponderia às lesões sofridas pela pessoa humana, consistindo em violações de natureza não econômica. É quando um bem de ordem moral, como a honra, é maculado.

Dano moral e assédio moral e sexual são coisas diferentes. Todo o assédio causa dano moral, mas nem todo dano moral é causado por assédio.

### **3.2. POSTURA PROFISSIONAL**

Um relacionamento interno adequado e um ambiente de trabalho estimulante, somente pode ser conquistado através de uma cultura assimilada e praticada por todos, onde impera a dignidade nos relacionamentos, bem como o respeito ao próximo na conduta diária. Estabelecer diretrizes para uma postura profissional é o ponto de partida para o alcance de resultados perenes.

**Saudável é o ambiente em que impera, sempre, o profissionalismo.**

### **Padrão Grupo Eurofarma**

- Todo profissional ligado ao Grupo Eurofarma deve zelar pelo nome da companhia, cuidando para que os valores da organização sejam rigorosamente atendidos. Comunicar para a Área de Integridade Corporativa qualquer indício de ação que possa, de alguma forma, prejudicar a reputação de nossa Instituição também é responsabilidade de todos.
- Cada um de nós deve ter ciência e praticar os preceitos das leis, políticas e normas internas, mantendo os princípios de integridade e da boa-fé.
- É esperado que os colaboradores executem suas atividades com os mais altos padrões de qualidade e profissionalismo, procurando, sempre, identificar oportunidades de melhoria em nossos processos.
- A crítica ao desempenho funcional, o feedback, orientações sobre as políticas da instituição ou do mercado e pedidos de alteração de conduta, fazem parte do processo de desenvolvimento profissional e não devem ser entendidas como críticas pessoais.
- Exigimos de nossos profissionais que ajam com integridade de caráter, honestidade, retidão, lealdade e justiça, escolhendo sempre, diante de mais de uma opção, a melhor e mais vantajosa para o Grupo Eurofarma.
- A ingestão de bebidas alcoólicas de maneira não moderada, causa constrangimentos aos colegas de trabalho, faltas sem justificativa legal e desempenho insatisfatório da função ocupacional.
- O uso de drogas ilícitas, além de crime, prejudica gravemente a vida de seus usuários em todos os aspectos, inclusive o profissional, sendo uma prática condenada pela organização.
- A comercialização de mercadorias por parte de colaboradores no am-



biente do Grupo Eurofarma não é permitida, pois desperdiça o tempo útil de trabalho e pode trazer constrangimentos aos demais colegas.

- O Grupo Eurofarma não permite qualquer ato de discriminação de pessoas em função de sexo, etnia, raça, religião, classe social, idade, orientação sexual, incapacidade física ou qualquer outro atributo físico ou ideológico.
- Não se deve utilizar dos sistemas da empresa para transmitir ou receber eletronicamente imagens ou textos de natureza ou conteúdos que possam ser considerados constrangedores, ofensivos ou discriminatórios, incluindo pornografia.
- Pedir ou realizar empréstimos financeiros envolvendo fornecedores, clientes e parceiros comerciais é incompatível com os valores da organização.
- Ceder referências ou informações infundadas ou de ordem pessoal, sobre fornecedores, profissionais da saúde, auditores, integrantes de órgãos reguladores e governamentais e até mesmo de colegas e ex-colegas de trabalho do Grupo Eurofarma, é considerado desvio de conduta.

## **Orientações Práticas**

A postura profissional esperada pela organização daqueles que a representam em seus diversos setores deve refletir um comportamento de retidão, buscando sempre seguir os valores da empresa e um consequente resultado positivo.

- O negativismo ou pessimismo diante de qualquer ação organizacional é postura condenável e não condizente com um profissional que trabalha para o crescimento da organização.
- Exigir qualquer tipo de tratamento diferenciado, relacionado a processos de Recursos Humanos, em prejuízo aos direitos igualitários dos demais colegas e de terceiros é considerado desvio de conduta.
- Os colaboradores devem demonstrar compromisso pessoal em relação à segurança no trabalho. Relatar situações de insegurança que te-

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE INTERNO

tenham identificado para a Área de Segurança do Trabalho é um exemplo desse compromisso. Líderes devem tratar as preocupações de segurança seriamente, buscando a resolução dos problemas com adequado senso de prioridade.

- A pontualidade e a disciplina são valores da companhia e devem ser respeitadas no registro eletrônico de ponto, em reuniões, utilização de salas, treinamentos externos, visita a clientes e na conclusão de tarefas. Agir assim é sinal de comprometimento profissional com toda a organização.

### IMPORTANTE SABER

- Espera-se que todo profissional tenha um preparo básico, mas se destaca o que demonstra esforço e interesse incansáveis para aprender.
- O profissional deve demonstrar disponibilidade e boa administração do seu tempo e das suas tarefas, sendo valorizado o que demonstra ânimo e a disposição para o trabalho.
- O investimento na capacitação de colaboradores é prática no Grupo Eurofarma. Para isso deve-se atentar para o interesse mútuo e aplicabilidade do novo conhecimento.

### 3.3. CONFLITO DE INTERESSES

A integridade empresarial requer das pessoas a observância dos valores da honestidade, verdade e justiça nos relacionamentos mantidos como representantes da organização e em todas as atividades nas quais atuem em nome da empresa. O dever de observar esses valores aplica-se também a atividades pessoais que possam conflitar com os interesses da empresa.

O Conflito de Interesses ocorre sempre que os interesses ou atividades pessoais, e/ou de familiares, interfiram ou pareçam interferir, de alguma forma, direta ou indiretamente, com os interesses da empresa.



**Se os nossos interesses caminharem juntos,  
alcançaremos a excelência.**

## **Padrão Grupo Eurofarma**

A confiança que o cliente deposita em nossa instituição deve ser a mesma que temos para com os nossos colaboradores, por isso, a companhia lhes oferece apoio total para apontarem situações que possam configurar eventual conflito de interesses, assessorando-os nas atitudes para solucioná-los.

- A fim de evitarmos a suspeita de qualquer tipo de favorecimento, os colaboradores devem solicitar autorização formal da direção do Grupo Eurofarma para estabelecer relações comerciais com empresas ou pessoas com as quais tenham vínculos pessoais ou interesses diretos ou indiretos.
- É dever de cada um, abrir mão de relações comerciais particulares, de caráter habitual, com clientes ou fornecedores, com exceção às transações realizadas em condições usuais de mercado.
- Facilitar a realização de negócios com o Grupo Eurofarma devido a laços familiares ou amizade é uma prática condenável.
- Pedimos aos nossos profissionais que obtenham aprovação prévia do Grupo Eurofarma, antes de aceitar um emprego ou atividade secundária. Ele não deve conflitar com os interesses da empresa, nem tampouco interferir em sua capacidade de corresponder às suas responsabilidades.
- Na mesma linha, deve-se evitar atuar como diretor, curador, administrador ou consultor de organizações externas com fins lucrativos. Exceções devem ser autorizadas previamente pela organização.
- A empresa dispõe de diversos recursos para que todos possam executar suas atividades diárias. O uso inadequado destes recursos, como telefone, equipamentos, materiais de escritório, impressões, tempo de trabalho, entre outros, para fins pessoais de forma não moderada é conflitante com os interesses organizacionais.

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE INTERNO

- Todo profissional do Grupo Eurofarma deve avaliar criteriosamente se uma ação, seja contínua ou isolada, poderá gerar benefícios pessoais ou vantagens indevidas para si ou terceiros.

### Orientações Práticas

O conflito de interesses pode se apresentar de diversas formas, intensidades e naturezas. Mas seja qual for sua característica, sempre se verifica o conflito quando o agente, autor ou partícipe de uma decisão, tem um interesse pessoal extraprofissional que pode levá-lo a não agir no melhor interesse da empresa.

Para evitar situações de conflito de interesses:

- Abstenha-se de participar de decisões sobre a realização de negócios com organizações em que você ou membro de sua família tenham interesses.
- Evite situações em que seus interesses pessoais possam conflitar com os interesses do Grupo Eurofarma ou de seus clientes.
- Caso exerça outra atividade, procure não exaurir a sua energia de trabalho na atividade externa, que deve permanecer secundária e excepcional (complementar para o colaborador). Trabalhar excessivamente na outra atividade, não descansar suficientemente e, em consequência, não conseguir trabalhar adequadamente no Grupo Eurofarma caracteriza conflito de interesse e transgressão ao Código.
- Se tiver participação em outros negócios ou atividades, mesmo que não façam parte do mercado farmacêutico, adote o princípio da transparência e reporte a situação no Termo de Adesão ao Código de Ética e Conduta.
- As transações realizadas em condições usuais de mercado pressupõem que não sejam feitas nas dependências do Grupo Eurofarma, que os valores pactuados sejam condizentes com os praticados ao público comum e que, quando possível, haja emissão de comprovantes de pagamento.



## IMPORTANTE SABER

É possível fazer grandes negócios sendo sempre ético?

O bom negócio é aquele que é bom para todas as partes envolvidas. Uma das condições para isso é que os interesses legítimos e os direitos de todos sejam realizados de modo equilibrado, leal, justo, equitativo, legal, honesto e sem qualquer vantagem indevida. O principal interesse da empresa é a perenidade e a condição para isso é a realização de negócios sustentáveis. A ética é uma das condições de sustentabilidade.

### 3.4. CONTRATAÇÃO DE PARENTES

Como em qualquer processo corporativo, a contratação de parentes para trabalhar em uma mesma organização pode trazer tanto benefícios como situações de conflito. Em função do grande número de colaboradores e de unidades, **apenas a operação Brasil contrata parente de colaboradores** e pretende manter esta situação, porém, para evitar suspeitas de favorecimentos faz-se necessário o atendimento das diretrizes da Cia que definem os critérios para estas situações.

**Adotamos critérios técnicos, justos e igualitários nos processos seletivos.**

#### Padrão Grupo Eurofarma

- Qualquer contratação de profissional, que tenha algum grau de parentesco ou envolvimento sentimental com outro colaborador da empresa, obedecerá aos critérios técnicos de admissão, passando por processo seletivo equitativo aos demais candidatos.
- Para evitar qualquer suspeita de favorecimento, a contratação de colaborador com grau de parentesco ou em condição de união estável não será aceita quando se enquadrar nas regras abaixo:

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE INTERNO

- **Vice-Presidência Comercial** – Mesma diretoria para áreas internas e mesma gerência para força de vendas. Exclusivamente na Unidade de Prescrição Médica, a restrição será aplicada por linha de promoção;
  - **Vice-Presidência de Inovação** – Mesma diretoria;
  - **Vice-Presidência Operacional** – Mesma diretoria. Exclusivamente na Área Industrial, a restrição será aplicada por gerência;
  - **Áreas Administrativas** – Mesma diretoria, incluindo a Área Internacional;
  - **Subordinação direta** – Em nenhuma área;
  - **Situações pré-existentes** – Serão revistas pela organização.
- O convívio diário e saudável no ambiente de trabalho pode ocasionar vínculos afetivos entre colaboradores que podem levar ao casamento ou união estável. Se você se deparar com esta situação, de forma transparente, converse com o seu gestor. Ele saberá como conduzir adequadamente o caso com a Área de Integridade Corporativa e de Recursos Humanos da companhia.
  - A contratação de profissionais em posição de liderança que possuam parentes em empresas concorrentes, fornecedores, clientes e/ou demais prestadores de serviço do segmento farmacêutico deverá ser informada à Área de Integridade Corporativa e Recursos Humanos para análise da existência de eventuais riscos.
  - Em situações raras, em que circunstâncias excepcionais não sejam claras para configurar não conformidade com as diretrizes estabelecidas pelo Código de Ética e Conduta, o Comitê e o Conselho de Ética do Grupo Eurofarma poderão ser envolvidos para arbitrar sobre eventuais impasses.

### Orientações Práticas

O colaborador da empresa pode indicar parentes para vagas abertas ao mercado, mas deve informar a condição de parentesco existente. Caso o can-



didato indicado tenha o perfil adequado para o cargo, poderá participar do processo seletivo.

- Ao indicar um parente, além de repassar o currículo profissional do candidato para a Área de Recursos Humanos, informe o grau de parentesco que você possui com o candidato.
- Durante o contrato de trabalho, movimentações internas como transferências ou promoções podem levar a uma situação que configure potencial conflito. Caso isso aconteça, comunique ao seu superior imediato, à Área de Recursos Humanos e à Área de Integridade Corporativa. O grupo, em conjunto, tentará encontrar um caminho que atenda as normas vigentes.
- Se você exerce função de liderança e está em condição de noivado ou união estável com subordinado(a), seja transparente e comunique ao seu gestor ou para a Área de Recursos Humanos.
- Não se deve imputar a qualquer profissional que tenha sido promovido, a desconfiança de que alcançou a promoção em virtude de grau de parentesco. O Grupo Eurofarma possui processos e mecanismos objetivos para tomada de decisão no encareiramento de seus colaboradores.
- O gestor que tiver em seu quadro, colaborador com grau de parentesco com outros gestores, não deve considerar esta situação em nenhuma circunstância.
- O gestor que tiver parente na organização, deve estar ciente de que esta relação não será considerada em nenhuma circunstância.
- Ao assinar o termo de compromisso, é obrigatório o reporte, quando aplicável, de parentes que trabalham na companhia. Caso isso venha a acontecer com o tempo, atualize seu Termo de Adesão ao Código com a Área de Recursos Humanos ou Área de Integridade Corporativa. A omissão desta informação configura infração ao Código.

### IMPORTANTE SABER

São considerados parentes:

– **Por consanguinidade** – Parentesco criado por um ancestral em comum.

- ☑ Pai, mãe e filho;
- ☑ Irmãos e avós;
- ☑ Tios, sobrinhos e bisavós;
- ☑ Primos.

– **Por afinidade** – Parentesco criado por casamento ou outras relações sociais.

- ☑ Cônjuge;
- ☑ Sogro e sogra;
- ☑ Genro e nora;
- ☑ Cunhado e cunhada;
- ☑ Concunhado e concunhada;
- ☑ Padrasto e madrasta;
- ☑ Enteado e enteada.

### 3.5. TRATAMENTO DE BRINDES E PRESENTES

Prática comum de mercado, a troca de gentilezas pode aproximar e fortalecer a relação entre parceiros de negócio. Por este motivo, de maneira geral, o Grupo Eurofarma permite dar e receber brindes, presentes e entretenimentos. Contudo, é importante estabelecer critérios para evitar consequências negativas para a empresa, seus colaboradores e parceiros, com suspeitas de influência indevida na tomada de decisão sobre um negócio, criada por potencial conflito de interesses.

**Excelência profissional é o melhor presente que podemos dar aos nossos parceiros de negócio.**



## Padrão Grupo Eurofarma

Considere os critérios abaixo:

- A oferta e aceitação dos itens a seguir normalmente é permitida:
  - Refeições ocasionais;
  - Ingressos para eventos esportivos, culturais ou científicos;
  - Itens promocionais que comumente recebem uma marca corporativa (ex.: agendas, canetas, mousepads e pen drives), por ocasião de datas comemorativas;
  - Produtos consumíveis como caixa de chocolates e garrafa de bebida.
- A oferta e aceitação dos itens a seguir nunca é permitida:
  - Dinheiro ou equivalente (vales-presentes de lojas, ações, empréstimos etc.);
  - Acessórios de luxo, equipamentos eletrônicos ou equipamento esportivo;
  - Viagens e serviços de hotelaria;
  - Qualquer presente que seja dado como parte de um acordo que preveja algo em troca.
- Para que sejam consideradas apropriadas, as trocas de gentilezas devem representar valores de até 1/3 (um terço) de um salário mínimo vigente na data.
- As áreas que possuem autorização prévia, em decorrência de reuniões de trabalho ou cortesia, poderão arcar com despesas, como refeições, entretenimentos, transporte e estadias de clientes, respeitados os limites da política de suprimentos vigente na organização e desde que não imputem nenhum constrangimento para os convidados ou eventual retribuição por parte deles.

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE INTERNO

- Não é permitido na organização que o aceite ou oferta direta ou indireta de presentes de caráter pessoal possam afetar decisões, facilitar negócios ou beneficiar terceiros.
- Rejeitamos práticas comerciais, promoção ou divulgação de materiais em desacordo com a legislação vigente.
- O pagamento a profissionais de saúde e clientes comerciais (recursos financeiros, viagens, brindes de alto valor) que tenham como contrapartida a conquista de receituário e/ou venda dos produtos do Grupo Eurofarma é ação que não condiz com os valores da organização.
- Atendendo às diretrizes regulatórias, as Amostras Grátis de Medicamentos não podem ser utilizadas, sob nenhuma circunstância, como um brinde ou presente para terceiros.

### Orientações Práticas

- Recuse de forma firme e educada, presentes ou convites que tragam o sentimento de obrigação em retribuir de alguma forma ou que superem o valor limite estabelecido.
- Em alguns países, recusar um presente de alguém ou de uma empresa com quem se está negociando pode parecer rude, podendo prejudicar futuras negociações. Nesses casos, deve-se conversar com seu superior sobre como se posicionar a respeito.
- Presentes e brindes recebidos por colaboradores que venham a exceder o valor de 1/3 (um terço) do salário mínimo vigente e que por alguma razão não puderam ser rejeitados, deverão ser comunicados para a Área de Integridade Corporativa, caracterizando o princípio da transparência nas relações profissionais, sendo que o Comitê de Ética definirá a melhor destinação para o bem material, incluindo a possibilidade de doações para uma entidade de cunho social legalmente instituída, mediante comprovação formal.
- Nunca receba ou dê brindes ou presentes fora do ambiente de trabalho. Jamais aceite presentes em nome da empresa em sua residência.



- Em caso de dúvidas, pergunte-se: Se esta troca de gentilezas fosse divulgada publicamente comprometeria a minha imagem ou a do Grupo Eurofarma? Se ainda restar dúvidas, converse com seu gestor ou com a Área de Integridade Corporativa para obter recomendação adequada.

## IMPORTANTE SABER

- **Brindes** – Abrange todo tipo de objeto ou material de baixo valor unitário que seja personalizado com a marca da empresa patrocinadora. Em geral, são produtos de linha do fornecedor, oferecidos a título de cortesia.
- **Presentes** – Constantemente se apresentam como produtos ou serviços de valor superior a um brinde, usados em ações de relacionamento com clientes. Em geral, não são personalizados.

### LEMBRE-SE:

**Não devemos oferecer ou aceitar brindes e presentes de agentes de Entidades Públicas. Mesmo que não haja motivações indevidas, este ato pode trazer consequências para a empresa, colaboradores e terceiros envolvidos.**

## 3.6. PREVENÇÃO E TRATAMENTO DE FRAUDES

A fraude é caracterizada por ato ardiloso, enganoso ou má-fé, com o intuito de lesar ou ludibriar outra(s) pessoa(s), ou de não cumprir determinado dever. Ocorre, mas não se limita, aos processos de falsificação de marcas, produtos ou documentos, contrabando, sonegação fiscal, entre outros. Para prevenir fraudes, o Grupo Eurofarma mantém controles internos sobre os principais processos que norteiam sua atividade e, periodicamente, reforça para todos os colaboradores da organização, principalmente a alta direção, seus valores e princípios.

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE INTERNO

Uma fraude pode envolver vultosos volumes financeiros, mas, geralmente, os pequenos desvios são mais corriqueiros nas organizações. Ao identificar condutas fraudulentas, o Grupo Eurofarma agirá com austeridade.

### A fraude caracteriza desvio de conduta inaceitável.

#### Padrão Grupo Eurofarma

- Coibimos a prática da divulgação de informações enganosas, bem como pressuposto “disfarce” de situações encontradas na empresa sob o falso pretexto de atendimento aos interesses da instituição.
- Solicitar para colegas que registrem seu ponto eletrônico é falta grave, com desdobramento previsto na Consolidação das Leis Trabalhistas.
- Destacamos algumas condutas condenáveis que caracterizam fraude:
  - Passar-se por outra pessoa;
  - Alterar dados reais para beneficiar-se;
  - “Erros operacionais” cometidos intencionalmente com o objetivo de prejudicar alguém, um grupo de pessoas ou a organização como um todo;
  - Utilizar o poder hierárquico conferido pela empresa e forçar subordinados a esconder ou adulterar situações e documentos sob a justificativa de se reparar um erro ou de se atingir uma meta;
  - Desviar recursos ou produtos do Grupo Eurofarma para qualquer fim;
  - Cometer um erro e tentar encobri-lo utilizando-se de qualquer artifício é fraude. Se errar, comunique imediatamente ao seu gestor;
  - Solicitar reembolso de despesas inexistentes;



- Utilizar-se de expedientes inexistentes para obter benefícios de Recursos Humanos;
- Efetuar compras com sobrepreço;
- Dar falso testemunho.

### IMPORTANTE SABER

- O erro é uma falha não intencional, enquanto a fraude é uma falsificação deliberada para causar prejuízo, vantagem a alguém ou encobrir/disfarçar situações reais.

## 3.7. SEGURANÇA E PRIVACIDADE DA INFORMAÇÃO

Consideramos a informação como todos os dados registrados que envolvem a empresa, seus processos e estratégias, dados de clientes, fornecedores, colaboradores, concorrentes e do mercado. A informação é um dos principais ativos da organização e está intimamente relacionada à sua gestão estratégica, portanto, deve ser adequadamente manuseada, protegida e divulgada.

O uso da informação pode gerar resultados tanto positivos quanto desastrosos para uma instituição, por isso a segurança e a privacidade deste ativo é essencial para a imagem e credibilidade da empresa. Este assunto é tão relevante que, em diversas situações, a restrição de acesso à informação é protegida por lei, como por exemplo, o sigilo de justiça e o sigilo bancário.

**Zelamos pelas informações de todas as áreas da empresa.**

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE INTERNO

### Padrão Grupo Eurofarma

- Manter em segurança e sigilo as informações de nossos clientes, colaboradores e do mercado está previsto em Política e Normas da empresa.
- O acesso a informações consideradas confidenciais ou privilegiadas é restrito a lideranças. Informações estratégicas são disponibilizadas a colaboradores para o desempenho de suas atividades e a orientação da organização é de que não devem ser compartilhadas com colegas ou terceiros.
- Reprovamos condutas de manipulação ou utilização de informações do Grupo Eurofarma e de seus públicos, sem autorização prévia ou visando benefícios pessoais.
- A mesma reprovação se aplica à utilização de informações da concorrência de modo não lícito para gerar suposta vantagem ao Grupo Eurofarma, principalmente informações confidenciais que tenham sido obtidas em empregos ou empresas anteriores às quais o colaborador teve acesso.
- A empresa não compactua com a utilização de informações confidenciais ou privilegiadas ou sua disponibilização indevida que possam afetar os negócios e o mercado.
- Ferir os princípios da propriedade intelectual, utilizando para fins pessoais ou repassando a terceiros, marcas, tecnologias, metodologias ou qualquer informação de propriedade da companhia, ainda que tenham sido obtidas ou desenvolvidas pelo próprio colaborador em seu ambiente de trabalho, é um grave desvio de conduta.
- Todos devem observar criteriosamente as diretrizes estabelecidas na Política de Segurança e Privacidade da Informação do Grupo Eurofarma.
- É responsabilidade de cada um de nós que toda informação tenha a segurança requerida pelo grau de confidencialidade exigido.
- As senhas utilizadas na empresa são de caráter estritamente pessoal e intransferível. O seu compartilhamento configura desvio de conduta.



## Orientações Práticas

Nenhum colaborador pode utilizar ou revelar informações confidenciais, internas ou estratégicas da empresa, exceto, se devidamente autorizado. Sempre que tiver dúvidas sobre a autorização, solicite o auxílio de seu gestor.

A seguir, são apresentadas algumas regras que ajudarão a proteger as informações:

- Não acesse, direta ou indiretamente, informações da organização que não tenham relações com as suas atividades.
- Se souber de qualquer utilização ou tratamento incorreto de informações confidenciais, informe imediatamente o seu gestor.
- Não guarde informações do Grupo Eurofarma em computadores, palm-tops, pen drives ou outros dispositivos pessoais.
- Em caso de necessidade de retirar informações do Grupo Eurofarma para a execução das suas tarefas profissionais, você deve devolvê-las quando retornar para a empresa. Não é permitido guardar informações profissionais em casa ou em outro local.
- Os exemplos de informações confidenciais ou restritas incluem, mas não se restringem a planos e processos de negócios, relatórios de análises econômicas ou financeiras, balancetes, listas de clientes, cadastros de profissionais de saúde, informações não públicas recebidas durante seu contrato de trabalho referentes, por exemplo, a clientes, fornecedores, tecnologias ou sistemas, programas de software da empresa e, ainda, informações sobre processos industriais e fórmulas de produtos.
- Adote medidas para evitar o vazamento de informações restritas. Assegure-se de que os documentos relacionados ao negócio sejam produzidos, copiados, trocados, arquivados, armazenados e descartados por meios que minimizem os riscos de terceiros ou pessoas não autorizadas virem a ter acesso a essas informações, que documentos confidenciais não fiquem expostos em telas de computadores, sobre as estações de

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE INTERNO

trabalho ou esquecidos em impressoras. No caso dos computadores, utilize o comando CTRL+ALT+DEL para bloqueá-lo quando se ausentar de sua mesa.

- Se alguém solicitar que compartilhe sua senha, mesmo sendo seu superior, não o faça. Ambos estarão descumprindo as diretrizes deste Código.
- Evite discutir ou comentar assuntos sensíveis ou informações sigilosas em lugares públicos como elevadores, saguões, recepção, restaurante, banheiros ou transporte público.
- No encerramento do expediente, preocupe-se com a guarda de documentos que contenham informações importantes da empresa.

### IMPORTANTE SABER

- **Segurança da Informação** – É o conjunto de todas as práticas que visam proteger, preservar e restringir o acesso à informação em suas mais variadas formas de registro como: Disponibilizadas através de programas de computador e sistemas aplicativos, armazenadas eletronicamente em diretórios de rede, mídias removíveis ou não, correios eletrônicos, impressas em papel e até as transmitidas verbalmente.
- **Privacidade da Informação** – É o direito assegurado aos “proprietários da informação” em determinar quando, de que forma e por quem suas informações poderão ser acessadas.

## 3.8. USO DO PATRIMÔNIO GRUPO EUROFARMA

A organização coloca seu patrimônio para uso como parte integrante de todo o processo produtivo e de suas estratégias de negócio, a fim de obter os melhores resultados.

A proteção dos ativos da Instituição, sejam eles intangíveis, como a marca e a propriedade intelectual, ou tangíveis, como produtos acabados, matérias-primas, veículos, eletrônicos, maquinários e até mesmo os simples recursos



do dia a dia, inclui o uso responsável e ético, caracterizando o cuidado que todo o profissional deve ter com o patrimônio alheio, como se fosse o seu próprio bem.

## Cuidamos do patrimônio da empresa com responsabilidade e ética.

### Padrão Grupo Eurofarma

#### ▪ Recursos Gerais

- Todos os direitos sobre bens, propriedade intelectual e informações geradas ou obtidas em decorrência da relação de emprego, mesmo após término do contrato de trabalho, são de exclusiva propriedade do Grupo Eurofarma.
- Cada um de nós é responsável pela guarda, segurança e integridade dos bens da empresa e a utilização adequada destes recursos evita desperdícios, danos gerais e retiradas não autorizadas.
- Todos os ativos de propriedade da empresa devem ser utilizados unicamente para os negócios do Grupo Eurofarma e não devem ser usados para benefício ou uso pessoal.

#### ▪ Recursos Tecnológicos

- Os Recursos de Tecnologia da Informação do Grupo Eurofarma são todos os equipamentos de informática incluindo, mas não se limitando a: computadores pessoais (PCs), dispositivos de computadores portáteis (Notebooks, iPads), servidores de rede, acesso à internet e à intranet da companhia e os dispositivos de acesso ao e-mail. Inclui também o correio e outros sistemas de voz, telefones fixos e móveis e aparelhos de fax.
- Utilizamos aplicativos devidamente licenciados pelos seus fornecedores, entendendo que o uso de softwares não autorizados é crime, além de desrespeito à propriedade intelectual.

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE INTERNO

- O uso dos recursos do Grupo Eurofarma para trocas de mensagens racistas, discriminatórias, contendo imagens e textos obscenos ou ofensivos ao pudor, caracteriza infração ao Código.
- Os usuários dos Recursos de Tecnologia da Informação do Grupo Eurofarma não deverão presumir nenhum direito à privacidade pessoal ou confidencialidade ao utilizar esses recursos.
- O Grupo Eurofarma se reserva o direito de monitorar os equipamentos, sistemas e atividades de rede, incluindo, mas não se limitando a e-mail, correio de voz, uso da internet e qualquer informação armazenada, em circunstâncias apropriadas e de acordo com as leis vigentes. Adicionalmente, para a manutenção de operações, segurança, negócios, requisitos legais, pessoas autorizadas e auditores poderão ter acesso irrestrito às informações dos Recursos de Tecnologia da Informação do Grupo Eurofarma, na mais ampla medida permitida pela lei.
- O Grupo Eurofarma se reserva, ainda, o direito de cancelar o acesso de qualquer usuário aos Recursos de Tecnologia da Informação a qualquer momento, com ou sem notificação prévia.

### ■ Uso da Marca do Grupo Eurofarma

A logomarca da companhia é o sinal distintivo visualmente perceptível que representa, identifica e distingue a nossa organização. Quando alguém se deparar com a marca Grupo Eurofarma, esperamos haver um impacto positivo e representativo da nossa forma de atuação. Por esta razão devemos zelar pela marca ao utilizá-la.

- Cuide para que os materiais produzidos que estiverem acompanhados de nossa marca tenham as especificações técnicas, formato e conteúdo exigidos, respeitando o Manual de Identidade Visual.
- Para garantirmos o padrão existente, a exploração da marca Grupo Eurofarma ou de outras marcas de domínio da empresa, quer seja em objetos, comunicações, publicidade, apresentações, uniformes, sites ou em outros materiais e/ou veículos, devem ter o prévio conhecimento e



autorização do diretor da Área de Comunicação Corporativa. Em caso de dúvidas sobre esta utilização, entre em contato com a área responsável pelo telefone (11) 5090-8548, na unidade Campo Belo.

- Não é permitido o uso da marca Grupo Eurofarma por terceiros ou em materiais que não tenham sido aprovados pelas áreas comerciais, para fins promocionais com clientes e profissionais da saúde, ou pela Área de Comunicação Corporativa, para fins institucionais.
- **Comitê de Crise** – Grupo formado para tratamento de assuntos de risco e com impacto à imagem do Grupo Eurofarma. O Manual de Crise está disponível na intranet e deve ser consultado pelas lideranças sempre que necessário.

## IMPORTANTE SABER

- **Valor intangível** – É um ativo não monetário identificável sem substância física ou incorpóreo, como por exemplo:
  - Softwares;
  - Licenças;
  - Marcas;
  - Fórmulas industriais;
  - Patentes;
  - Direitos autorais.
- **A força da marca** – Criar e gerenciar uma marca é uma questão crítica em uma economia global. No ambiente competitivo atual, uma marca forte pode representar um importante recurso estratégico, por ter valor único e específico (não se transfere o valor de uma marca a outra), por ser um recurso raro (não há como adquiri-lo no mercado), durável (sendo bem gerenciado pode passar por várias gerações) e que dá proteção ao reduzir os riscos de novos entrantes.

A marca é um dos maiores patrimônios de uma empresa e a eficácia de nossas ações na gestão da marca será determinante para manter este valor. Dia a dia, temos de consolidar e aumentar sua força visual e simbólica, sua

## GRUPO EUROFARMA E O AMBIENTE INTERNO

capacidade de comunicar nossos pontos fortes e vantagens competitivas, por meio da consistência e do direcionamento de suas expressões.

Para que nossa marca tenha a representatividade institucional legítima, um Manual de Identidade Visual foi estabelecido e deve ser respeitado.

### 3.9. GRUPO EUROFARMA E AS OPORTUNIDADES PROFISSIONAIS

Estamos comprometidos em atrair, desafiar, manter e recompensar os melhores profissionais do mercado e de nosso quadro atual, criando um ambiente em que possam desenvolver o máximo de seu potencial, valorizando o capital humano e a sua contribuição no desenvolvimento do negócio.

**Compromisso em atrair, desafiar, manter e recompensar os melhores profissionais.**

#### **Padrão Grupo Eurofarma**

- Oportunidades Profissionais
  - É dever do Grupo Eurofarma assegurar aos seus colaboradores a igualdade de oportunidade de desenvolvimento profissional de forma a qualificar sua contribuição e que seu processo de ascensão profissional seja baseado no mérito, desempenho, trabalho em equipe, resultados, comportamento e competência.
  - Buscar o aproveitamento interno, sempre que possível e quando o candidato tiver igualdade de condições frente a candidatos externos, é uma meta perseguida pela organização.
  - Recompensar os colaboradores considerando, sempre, a meritocracia.
  - Ofertar instrumentos para treinamento e desenvolvimento contínuo, de modo que todos estejam bem preparados para o desempenho de suas funções.



- Apreciamos o profissional que participa ativamente na obtenção de padrões elevados de conhecimentos técnicos e competência funcional, se esforçando para atingir estes padrões em benefício próprio e da empresa para qual trabalha. Esta participação ativa pode ser feita através de: estudo independente, participação em conferências e seminários, cursos livres e envolvimento com organizações profissionais. Postura assim, demonstra a busca em se manter em linha com a estratégia institucional de constante aprimoramento dos produtos e serviços que são oferecidos ao mercado.
- A prática do nepotismo, onde gestores se utilizam da posição hierárquica para delegar e ou promover pessoas próximas sem que estas possuam a qualificação e o mérito exigidos, é altamente condenável.

#### ▪ Contratação de Ex-funcionários

Desejamos que os novos líderes contratados no mercado como diretores e gerentes tenham o suporte da equipe do Grupo Eurofarma e evitem substituições desnecessárias e a formação de “silos” na organização. Por esta razão a organização não permite:

- A contratação de profissionais que possuíam subordinação direta em sua antiga empresa, caso essa relação tenha ocorrido há menos de dois anos. Mesmo dentro da regra dos dois anos, caso exista interesse de trazer mais de um profissional, deve-se ter aprovação formal da área de Recursos Humanos.

Cabe ressaltar que a contratação só poderá ser feita se não houver no próprio Grupo Eurofarma profissionais em condições de assumirem o cargo proposto. Estas exceções deverão ser discutidas com a área de Recursos Humanos.

#### **IMPORTANTE SABER**

- O nepotismo se caracteriza pela obtenção de vantagem ilícita ao utilizar-se de posição hierárquica para delegar cargos a pessoas próximas, com ou sem laços familiares, de forma que outras, que possuem uma qualificação melhor, sejam prejudicadas.



RESPONSABILIDADES  
**4. DIRETRIZES**  
GERAIS





## 4.1. O PAPEL DO GRUPO EUROFARMA

Uma relação fundamentada em princípios éticos pressupõe uma via de duas mãos, onde a instituição e aqueles que com ela mantêm relações, sejam funcionais, comerciais, sociais ou regulatórias, devem ser solidários na prática de suas premissas, bem como detentores de direitos e deveres morais equitativos.

Neste contexto o Grupo Eurofarma estabelece as diretrizes que ela própria, na figura de seus sócios, executivos e demais lideranças, deve se basear para o estabelecimento de um ambiente favorável e aderente ao conteúdo deste Código.

**Compromisso em manter um ambiente de trabalho produtivo e estimulante, saudável e profissional.**

### Padrão Grupo Eurofarma

- Cumprir as leis, convenções e acordos coletivos, respeitando e legitimando os direitos dos colaboradores no seu relacionamento com a Instituição, fundamentados pela recíproca confiança e lealdade, condições indispensáveis para uma relação duradoura.
- Contribuir para um ambiente de trabalho seguro e saudável, que previna doenças ocupacionais e acidentes de trabalho, além de observar todas as normas aplicáveis. Cabe a todos nós aderirmos e praticarmos as normas de saúde e segurança da companhia.
- Proteger as informações e registros pessoais de colaboradores e prestadores de serviços, mantendo-os restritos àqueles com necessidade funcional de conhecê-los, exceto quando houver exigência legal, por regulamento ou decisão judicial.
- Estimular e promover oportunidades de ações de responsabilidade socioambiental.

## RESPONSABILIDADES E DIRETRIZES GERAIS

- Manter o respeito e permitir que colaboradores associem-se, em caráter pessoal, a sindicatos, entidades da sociedade civil, religiosas e partidos políticos.
- Apoiar a liberdade de expressão, o respeito à integridade e à privacidade das pessoas e coibir qualquer tipo de ameaça, assédio ou intimidação.

### 4.2. A RESPONSABILIDADE DO GESTOR

Os gestores da empresa têm um papel fundamental no alcance dos objetivos estratégicos institucionais, pois pelos exemplos praticados diariamente, espírito de liderança, boas orientações difundidas, cortesia e respeito ao colaborador, conquistarão a adesão das equipes e obterão o sucesso desejado no desafio de criar e manter um ambiente de trabalho produtivo, estimulante, saudável e profissional.

#### **Padrão Grupo Eurofarma**

- Para liderar pessoas devemos atuar em conformidade com os valores da companhia, contribuindo para o crescimento pessoal e profissional de cada um da equipe.
- A excelência no desempenho individual do gestor deve contribuir para o aprimoramento do coletivo. Os desafios e o engajamento das equipes devem ser estimulados fervorosamente e, os méritos, recompensados.
- O modelo de gestão guiado pela prática e disseminação da confiança mútua, com respeito e incentivo à inovação, através da ação espontânea da consulta aos colegas como ferramenta preliminar de tomada de decisão, fazendo com que os membros da equipe se sintam incentivados a identificar oportunidades de melhoria e propor novos processos.
- Em todas as áreas deve prevalecer o diálogo e o espaço para manifestação dos colaboradores para que as conquistas sejam comemoradas em grupo e para que haja estímulo permanente para o trabalho em equipe.



- É função do gestor representar adequadamente a equipe e o próprio Grupo Eurofarma, não sendo negligente com suas atribuições.
- A omissão, sob qualquer pretexto, de fatos que não atendam aos princípios deste Código, fere os valores da organização.

### 4.3. O PAPEL DA ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

A Área de Recursos Humanos é o elo e a fonte principal de equilíbrio no relacionamento funcional entre a empresa e seus colaboradores, devendo, suas ações, estarem pautadas pela ética na gestão de pessoas, conciliando interesses, direitos e obrigações.

Neste sentido, a Área de Recursos Humanos tem o compromisso de adotar e fazer cumprir um conjunto de medidas que objetivam o fortalecimento de práticas, valores e atitudes que estimulam a conduta ética.

**Elo e fonte de equilíbrio entre a empresa e seus colaboradores.**

#### Padrão Grupo Eurofarma

- **Comunicação** – Assegurar o princípio básico de uma relação de transparência funcional, servindo como canal de comunicação entre a Direção e os colaboradores do Grupo Eurofarma.
- **Qualificação** – Identificar as necessidades de aperfeiçoamento, sendo agente facilitador para participação de profissionais em cursos e treinamentos.
- **Qualidade de Vida** – Primar pela qualidade de vida dos colaboradores, dedicando-se na manutenção de um ambiente de trabalho seguro e saudável.
- **Gestão de Carreira** – Monitorar conjuntamente com os gestores o desempenho dos profissionais do Grupo Eurofarma, criando mecanismos para mantê-los motivados no exercício de suas funções.

## RESPONSABILIDADES E DIRETRIZES GERAIS

- **Gestão de Cargos e Salários** – Certificar-se que a atribuição de cargos e suas respectivas remunerações estão enquadradas com o praticado pelo mercado, em atendimento à Política Salarial da companhia.

### 4.4. O PAPEL DA ÁREA DE INTEGRIDADE CORPORATIVA

O principal objetivo da Área de Integridade Corporativa é o de preservar a imagem da Instituição, assegurando que tanto a empresa quanto aqueles que se relacionam com ela estejam em conformidade com o conjunto de leis e normas que regulamentam o funcionamento e atuação do Grupo Eurofarma como Indústria Farmacêutica. Cabe à Área de Integridade Corporativa primar, em conjunto com as demais áreas e lideranças, pela adequação, fortalecimento e aplicação das diretrizes estabelecidas neste Código, além de monitorar seu cumprimento.

Com estas premissas, a Área de Integridade Corporativa tem o compromisso de adotar e fazer cumprir um conjunto de medidas que objetivam garantir o cumprimento de práticas, valores e atitudes que assegurem uma conduta ética, como por exemplo:

#### Padrão Grupo Eurofarma

- **Leis** – Certificar-se da aderência e do cumprimento.
- **Princípios Éticos e Normas de Conduta** – Assegurar a existência e a observância de todos os preceitos descritos neste Código e em outras políticas e normas internas.
- **Gestão do Código de Ética e Conduta** – Garantir a atualização das diretrizes descritas neste Código, treinamento aos colaboradores e suporte adequado às decisões do Comitê e do Conselho de Ética do Grupo Eurofarma.
- **Políticas e Normas Internas** – Assegurar sua implementação, aderência e atualização.
- **Cultura de Controles** – Fomentar a cultura de Controles em conjunto com



os demais pilares do Sistema de Controles Internos na busca incessante da sua conformidade.

- **Imparcialidade e Transparência** – Fundamentar-se exclusivamente em fatos reais, abstendo-se de opiniões pessoais na avaliação de eventuais violações às diretrizes deste Código, assegurando a análise e tomada de decisão baseadas nos mais elevados conceitos de justiça.
- **Auxiliar** – Servir como consultor permanente para todas as áreas e colaboradores do Grupo Eurofarma, auxiliando-os no entendimento e aplicação das diretrizes do Código de Ética e Conduta.

#### 4.5. O PAPEL DO AGENTE DE INTEGRIDADE CORPORATIVA

São colaboradores designados em cada Operação Internacional, responsáveis por garantir o cumprimento das diretrizes do Código de Ética. O Agente de Integridade tem uma função independente e se reporta diretamente à área de Integridade Corporativa do Brasil em assuntos relacionados ao Código de Ética. Essa responsabilidade foi atribuída aos Gerentes de Recursos Humanos, que são o elo entre os colaboradores internacionais e a área de Integridade do Brasil. Além dessas funções, são também multiplicadores para a área de Comunicação Corporativa.

#### 4.6. O PAPEL DA DIRETORIA

Para o sucesso na obtenção de uma cultura ética, é fundamental a presença de líderes dotados de um forte conjunto de valores morais e com firme disposição para fazer com que os valores da companhia guiem suas ações e decisões. O grupo executivo deve ter a capacidade de mudar as atitudes e comportamentos de suas equipes por meio do exemplo e expressão de seus padrões pessoais de conduta. Sem uma forte liderança moral não é possível implantar uma cultura ética.

## RESPONSABILIDADES E DIRETRIZES GERAIS

É sob estas premissas que um líder do Grupo Eurofarma tem o compromisso de adotar e fazer cumprir um conjunto de medidas que objetivam eliminar qualquer atitude ou comportamento que estimule a conduta antiética.

**Líderes éticos são capazes de transformar pelo bom exemplo.**

### Padrão Grupo Eurofarma

- **Competição interna** – As situações de competição interna devem ser saudáveis e o trabalho em grupo sempre estimulado, não permitindo a falta de espírito de equipe e o estímulo de atos antiéticos como a sonegação de informações, a recusa de ajuda a colegas de trabalho e até o fornecimento de dados falsos.
- **Punição ao erro** – Combater a punição ao erro cometido de boa-fé, pois o medo do castigo faz as pessoas tentarem acobertar suas falhas ou transferir a culpa aos outros. O que deve ser punido é a omissão e a transferência de culpa.
- **Punição ao fracasso** – O não cumprimento de metas deve ser analisado pela liderança, levando em consideração o resultado, as causas do insucesso e as estratégias adotadas.
- **Agressividade** – Comportamentos agressivos e desrespeitosos não devem ser permitidos no ambiente de trabalho, pois a agressividade, por si só, já constitui uma conduta antiética.
- **Autoritarismo** – É esperado da liderança a promoção de um ambiente sadio e aberto e que não permita a exigência da obediência irrestrita, pois essa exigência significa negar ao colaborador o direito de discordar com base em princípios éticos, contribuindo com suas opiniões pelo diálogo. O autoritarismo não é considerado pela empresa o melhor caminho para superar os desafios.



- **Imediatismo** – A visão imediatista nunca deve se sobrepor aos interesses de médio e longo prazos.
- **Vencer a qualquer custo** – No Grupo Eurofarma os fins não justificam os meios. Neste sentido, é dever de toda a liderança executiva da companhia o cuidado de “como” as metas e objetivos são alcançados.
- **Plano de metas** – Substituir a imposição pela negociação, pois o poder de impor metas aos colaboradores dá às chefias a possibilidade de fixar metas por demais ambiciosas para incrementar seus próprios prêmios ou estabelecer metas impossíveis, a fim de justificar a demissão de alguém. Ademais, metas impostas fazem os gestores retransmitirem para suas equipes a pressão que recebem, induzindo em toda a cadeia hierárquica a mentalidade do cumprimento de metas a qualquer custo, inclusive com o uso de meios antiéticos. A negociação de metas na companhia é papel da liderança e devem ser sinérgicas com os objetivos estratégicos da organização. Cabe aos diretores estabelecer metas que sejam ambiciosas e arrojadas, porém factíveis de serem cumpridas.
- **Transparência** – Este é um princípio inegociável na organização e todos os líderes devem atuar com transparência com suas equipes e pares.

#### 4.7. O CONSELHO E O COMITÊ DE ÉTICA DO GRUPO EUROFARMA

O Grupo Eurofarma possui dois órgãos executivos responsáveis pelas tratativas relacionadas à conduta e ética na organização. Comitê de Ética é um grupo formado por integrantes do Comitê Executivo que atuam no suporte, acompanhamento e discussão das ocorrências recebidas, além de recomendar e direcionar os trabalhos da área de Integridade Corporativa. Já o Conselho de Ética, que conta com a participação do presidente da Cia, é uma instância superior que é acionada em situações de impasse, de maior gravidade e/ou que envolvem maior risco à operação.

**Governança Corporativa norteadada pela ética.**

## RESPONSABILIDADES E DIRETRIZES GERAIS

### Padrão Grupo Eurofarma

- Devem zelar pela aplicação deste Código, apoiando ações relacionadas à sua divulgação e atualização, de modo a assegurar o seu cumprimento.
- Garantir a correta interpretação das diretrizes deste Código na análise de eventuais infrações, participando, quando possível, os gestores responsáveis e contribuindo para o suporte decisório e adoção de medidas disciplinares.
- Analisar situações não previstas neste Código, sendo soberano na definição das medidas a serem adotadas.
- Definir sobre a necessidade de auxílio de especialistas externos e independentes para apuração de situações mais críticas e que podem expor a organização a riscos relevantes.

### 4.8. DIRETRIZES GERAIS

É esperado de todos os colaboradores o exercício cotidiano da ética e do bom-senso. Se você não estiver certo sobre o que fazer, considere o seguinte:

- Estas ações estão alinhadas com os valores do Grupo Eurofarma?
- Se fizer isto estarei de acordo com a legislação, diretriz deste Código ou um procedimento interno?
- Esta ação seria positiva e contribuiria para o bem de consumidores e clientes, acionistas, colaboradores e outras partes interessadas do Grupo Eurofarma?
- Familiares e amigos teriam orgulho ao saber que fui o responsável por aquela ação?

Se para qualquer uma destas perguntas a resposta for negativa, a ação é inadequada.

- Em caso de dúvidas, a Área de Integridade Corporativa, conjuntamente com o Comitê e Conselho de Ética, são as fontes competentes para um correto esclarecimento.



- A identificação de violação a este Código bem como seu autor, independentemente de posição hierárquica, está sujeita à aplicação de medidas disciplinares, sem prejuízo das penalidades legais cabíveis.
- A omissão é repudiada na organização, sendo dever de cada um informar seu superior ou para a Área de Integridade Corporativa fatos ou indícios de infração ao Código. Se preferir, através do Canal de Ouvidoria, o relato pode ser feito de forma anônima.
- O sigilo da apuração de ocorrências é respeitado na organização e cobrado do Comitê, Conselho de Ética e dos diretores quando informados sobre os resultados.
- Para garantir apurações adequadas e confiáveis das ocorrências, o Grupo Eurofarma utiliza controles internos e acesso a todas as ferramentas de que dispõe.

#### **4.9. RESPONSABILIDADE PESSOAL: INFORMANDO INFRAÇÕES REAIS E POTENCIAIS**

Estamos comprometidos em estimular o diálogo entre os líderes e suas equipes, através de múltiplos canais de comunicação. Os que ocupam posição de liderança na empresa devem manter um ambiente que propicie uma comunicação direta e transparente.

**Ao tratarmos os desvios, a organização cresce sadia e sustentável.**

- Os colaboradores devem relatar qualquer indício ou suspeita de desvio deste Código ao Diretor de sua Área ou à Área de Integridade Corporativa através destes canais:
  - Pessoalmente;
  - Envio de e-mail para **[compliance@eurofarma.com.br](mailto:compliance@eurofarma.com.br)**;
  - Malote;

## RESPONSABILIDADES E DIRETRIZES GERAIS

- Telefone;
  - Canal de Ouvidoria (canal mais formal e confidencial para relato de desvios).
- Caso você suspeite de uma possível violação de leis, regulamentação ou de um padrão ético do Grupo Eurofarma, ou caso você acredite que esteja sendo solicitado a fazer algo como colaborador que seja impróprio ou ilegal, informe este fato ou preocupação imediatamente ao seu gestor, ou para a Área de Integridade Corporativa.
  - É esperado que todos cooperem, quando necessário, com a apuração de denúncias de descumprimento ao Código.

**O Grupo Eurofarma coíbe ação retaliatória contra o colaborador que indicar uma preocupação legítima ou questões referentes ao descumprimento deste Código.**

### 5.0. CANAL DE OUVIDORIA

A Ouvidoria do Grupo Eurofarma é uma ferramenta externa, independente e confidencial de comunicação, em que colaboradores, clientes, fornecedores, parceiros de negócio e demais stakeholders podem relatar episódios suspeitos, fatos e comportamentos que não estejam de acordo com o Código de Ética e Conduta do Grupo Eurofarma.

O Canal está disponível 24 horas por dia com atendimento em português e espanhol. As denúncias podem ser realizadas pelo site ou por telefone, em linhas gratuitas e exclusivas para cada país.

As denúncias são tratadas formalmente por profissionais especializados e de forma sigilosa.

Você pode realizar o reporte pelo site próprio da nossa Ouvidoria ou pela linha telefônica exclusiva para cada país:

**[www.contatoseguro.com.br/grupoeurofarma](http://www.contatoseguro.com.br/grupoeurofarma)**



<b>País</b>	<b>Telefone</b>
Argentina	0800 345 3145
Bolivia	800 104 612
Brasil	0800 602 18 34
Chile	800 914 489
Colômbia	01 800 5189605
Costa Rica	8000320029
El Salvador	8006414
Equador	1800 001 131
Guatemala	1800 300 0189
Honduras	80027916003
México	800 681 8206
Nicarágua	18002202475
Panamá	8002030093
Paraguai	9800120003
Peru	(0800) 78148
República Dominicana	1 (809) 200 1590
Uruguai	000 416 205 2735

### **Que situações podem ser relatadas no Canal de Ouvidoria?**

Comportamentos ou suspeitas de atitude em desacordo com o Código de Ética e Conduta do Grupo Eurofarma relacionados a colaboradores, fornecedores, clientes e parceiros da empresa.

### **Por que devo denunciar? Este problema não tem nada a ver comigo!**

Um desvio de conduta pode afetar o clima no ambiente organizacional, a motivação, a produtividade, a qualidade dos produtos, a imagem da instituição, os resultados financeiros e, por fim, a capacidade empresarial de gerar emprego e renda.

### **Quantas vezes devo denunciar uma mesma ocorrência?**

Se for realizar uma denúncia sobre uma situação real ou potencial, faça-o apenas uma vez. Fazer vários registros no Canal de Ouvidoria não dará mais crédito para a ocorrência, pelo contrário, traz custos de processamento de dados para a organização, perda de tempo na análise e demora na conclusão das investigações.

## **IMPORTANTE SABER**

### **Denúncia x Denuncismo**

- **Denúncia** – A denúncia implica no reporte de ato ilícito até então encoberto, que fere os princípios de uma conduta moral aceitável, seja em relação a alguém, uma empresa, a sociedade, o meio ambiente ou mesmo o governo. Sempre que uma denúncia é feita, deve-se buscar, com o máximo de isenção e senso de justiça, a apuração dos fatos.

Para que a denúncia seja de fato confirmada, faz-se necessário a instauração de um processo formal ou informal para investigar e apurar provas documentais, testemunhais e materiais.

Somente com a obtenção de evidências fundamentadas e imparciais é que se pode concluir se a denúncia é ou não procedente.



- **Denuncismo** – O denunciismo implica no reporte falso e que contém acusações infundadas, e geralmente motivadas por pessoas que querem difamar a imagem, desacreditar e macular a reputação de terceiros, buscando muitas vezes tirar alguma vantagem pessoal da situação. O denunciismo por si só é um desvio de conduta e uma prática condenável.

## GLOSSÁRIO

**Apartidário:** Que não segue um partido ou facção.

**Boa-fé:** Sem qualquer intenção escondida ou sem intenção de enganar outros.

**Cartel:** Acordo ou aliança para um fim determinado.

**Compliance:** Pronuncia-se Compláiance, quer dizer, estar conforme, ter a forma de algo.

**Crítérios Prudenciais:** Virtude que nos faz conseguir o que desejamos, evitando todos os perigos.

**Diligência:** Aplicação, zelo, cuidado (para conseguir algo).

**Equânime:** De espírito igual, moderado, calmo.

**Equitativo:** Que é igualitário, justo, igual.

**Fomentar:** Promover o progresso de. Incitar; favorecer, animar.

**Intangível:** Em que não se pode tocar.

**Mitigar:** Tornar ou ficar mais suave ou menos intenso. Abrandar, atenuar, suavizar e reduzir.

**Nepotismo:** Termo utilizado para designar o favorecimento de parentes ou amigos próximos em detrimento de pessoas mais qualificadas, geralmente no que diz respeito à nomeação ou elevação de cargos.

**Omitir:** Deixar de fazer ou dizer. Não revelar.

**Preço Predatório:** Valor muito abaixo do praticado pelo mercado.

**Primar:** Tornar-se apreciável ou notável.

**Probidade:** Honestidade; integridade; retidão de caráter.

**Risco:** Incerteza em relação ao futuro.

**Salvaguardar:** Proteger, defender, livrar de perigo.

**Tangível:** Que pode ser tocado ou apalpado.

## ÍNDICE REMISSIVO

<b>Tema</b>	<b>Pág.</b>
Assédio Moral	36, 37
Assédio Sexual	36, 37
Brindes	26, 46, 48, 49
Clientes	9, 15–17, 20, 39–42, 44, 47–49, 51–53, 57, 68, 70, 71
Comitê de Ética	48, 67
Comunidade	28, 30
Concorrentes	21, 22, 28, 44, 51
Conflito de Interesses	11, 40–42, 46
Contrabando	20, 49
Corrupção	11, 23–25
Denúncia	70–72
Discriminação	31, 36, 39
Doações	23, 38, 30, 31, 48
Drogas	25, 38
E-mail	55, 56, 69
Falsificação	20, 49, 51
Fornecedores	11, 18–20, 39, 41, 44, 51, 53, 55, 70, 71
Fraude	25, 49–51
Imprensa	26–28
Mídias Sociais	26–28
Missão	7, 11, 15, 30, 31
Nepotismo	59, 74
Ouvidoria	69–71
Patentes	57
Pirataria	20
Político	23, 24, 62
Pornografia	39
Presentes	7, 24, 26, 46–49

## ÍNDICE REMISSIVO

Profissionais da Área de Saúde	21, 22
Responsabilidade Ambiental	30
Responsabilidade Social	30, 31
Segurança no Trabalho	35, 39
Senhas	52, 54
Sindicato	62
Suborno	24
Trabalho Escravo e Infantil	18, 30
Visão	7, 9, 11, 67