

CÓDIGO DE ÉTICA SASW TECNOLOGIA

CAPÍTULO I

DEFINIÇÃO

Artigo 1 – O Código de Ética da SASW TECNOLOGIA tem o objetivo de estabelecer as condições básicas e gerais a serem adotadas pela empresa, de forma a manter suas atividades dentro dos estritos padrões técnicos, morais e éticos reconhecidos pela sociedade local, nacional e internacional.

Artigo 2 – O presente Código de Ética, mediante compromisso específico, será adotado e seguidos por todos funcionários, que nele se basearão em sua conduta com a sociedade, cliente, funcionários e empresas.

CAPÍTULO II

PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

Artigo 3 – Honestidade, respeito, zelo e a consciência dos princípios éticos são os valores que orientam a relação da SASW TECNOLOGIA com seus colaboradores, clientes, parceiros, Governo e sociedade.

Artigo 4 – A empresa tem no regime democrático, na livre iniciativa e na empresa privada seus princípios e origens e deve defendê-los e disseminá-los, através de sua atuação, do posicionamento e das declarações de seus dirigentes.

Artigo 5 – A empresa tem plena consciência do relevante papel que lhe cabe para o desenvolvimento econômico, técnico, científico e social do País, bem como de seus deveres para com a Sociedade.

Artigo 6 – A empresa jamais prática, deliberadamente, qualquer ato que possa causar prejuízo ou ser contrário ao interesse público.

Artigo 7 – A empresa manterá em confidencialidade todas as informações sigilosas de seus clientes às quais tiver acesso em decorrência de suas atividades.

Artigo 8 – A empresa utilizará para o desempenho de suas funções, programas de computador originais, adotarão medidas de orientações e prevenção objetivando que seus sócios, contratados, prepostos, consultores e funcionários também respeitem as leis de proteção dos direitos autorais e de propriedade intelectual vigentes, além de empenhar seus melhores esforços na divulgação da cultura de software original e no combate à cópia irregular.

Artigo 9 – A empresa repudia qualquer ato de discriminação, seja em relação aos seus empregados ou relação a terceiros, com base na raça, credo, cor, opção sexual, de gênero, entre outros, combatendo, com absoluta veemência, o assédio moral, sexual e virtual no ambiente de trabalho, evitando-se, assim, danos à personalidade, à dignidade ou à integridade física ou psíquica de seus empregados e colaboradores.

Artigo 10 – A empresa elenca como princípio basilar o respeito a mulher no ambiente de trabalho, protegendo-a de qualquer tipo de violência (física, psicológica, sexual, patrimonial e moral) e de discriminação, que tenha por efeito, sobretudo, anular ou reduzir a igualdade de oportunidade ou tratamento.

CAPÍTULO III

RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES

Artigo 11 - Na captação de clientes, a empresa não faz afirmações falsas ou promessas irrealizáveis, nem exerce qualquer forma de persuasão que possa desacreditar sua atividade perante o mercado, pautando-se pela verdade, honestidade e responsabilidade.

Artigo 12 – A empresa somente se propõe a executar serviços para os quais possua perfeitas condições de realização, assim como prezar por sua excelência, fruto de uma gestão empresarial eficiente e eficaz.

Artigo 13 – Nos contatos com os clientes, a empresa define previamente o trabalho a realizar, os objetivos a serem atingidos, os meios previstos, as dificuldades e as limitações admissíveis, bem como estabelece ou estima, as condições de preços e prazo de execução, além de orientações sobre o uso correto e seguro da tecnologia.

Artigo 14 – A empresa adota as cautelas recomendáveis à preservação do sigilo dos dados e informações que recebe, trata, arquiva, não usando nem divulgando para benefício próprio ou de terceiros tais dados e informações, tendo como princípio a confidencialidade das informações dos clientes.

Artigo 15 – Nos contratos com clientes, a empresa estabelece, de forma clara e precisa os deveres, as obrigações, as responsabilidades e os direitos de ambas as partes do negócio, pautando-se pela boa-fé, transparência, cooperação e lealdade contratual.

Artigo 16 – A empresa não procura atrair para si terceiros, colaboradores ou funcionários de seus clientes, conduta este tida como antiética e contrária ao princípio da boa-fé.

CAPÍTULO IV

RELACIONAMENTO COM AS EMPRESAS CONCORRENTES

Artigo 17 – A empresa jamais praticará, deliberadamente, qualquer ato que possa causar prejuízo ou constituir deslealdade com outra empresa, atuando no mercado de maneira correta, leal e honesta.

Artigo 18 – Ao pleitear a contratação de seus serviços e produtos, a empresa jamais desabonará seus concorrentes com o objetivo de valorizar seu próprio trabalho.

CAPÍTULO V

SOBRE OS DIRIGENTES

Artigo 19 – Os dirigentes da empresa são os responsáveis pela divulgação deste Código de Ética.

Artigo 20 – Na admissão, orientação e treinamento de seus colaboradores, a empresa cuida para que todos os princípios de ética aos quais ela se impõe, sejam cumpridos, sobretudo aqueles que versam sobre assédio moral ou sexual, discriminação e violência de gênero.

CAPÍTULO VI

SOBRE COLABORADORES

Artigo 21 – Todos os colaboradores da empresa conhecem e devem cumprir as normas deste Código de Ética, sobretudo, aquelas descritas nos artigos 9º e 10º, e seu eventual desconhecimento não eximirá o responsável faltoso das infrações porventura cometidas, que, caso configurem crime, serão denunciadas imediatamente as autoridades responsáveis, sem prejuízo das sanções administrativas cabíveis.

Artigo 22 – Todos os colaboradores da empresa devem manter sigilo sobre todas as informações relativas aos clientes, bem como da empresa para a qual presta seus serviços, assim como evitar qualquer ato de discriminação (sexual, de gênero, raça ou cor), violência (especialmente contra a mulher) e desrespeito com os empregados ou colaborado, ficando obrigado a informar os gestores da empresa, que, por sua vez, deverão tomar todas as medidas cabíveis para combatê-las.

CAPÍTULO VII

SOBRE OS PREÇOS E PUBLICIDADE

Artigo 22 – Ao propor seus produtos e serviços, a empresa deverá observar o Código de Defesa do Consumidor, quando a relação for de consumo, especialmente no que tange a publicidade, a qualidade, práticas abusivas e regras contratuais.

Artigo 23 – Proíbe-se a utilização de práticas ilegais (corrupção, extorsão, propinas, subornos) para obtenção de vantagens comerciais, bem como práticas discriminatórias em suas propagandas.

CAPÍTULO VI

SOBRE AS PENALIDADES

Artigo 24 – Aquele que tiver infringido o presente Código de Ética, ficará sujeita à penalidade em função da gravidade observada, podendo resultar até na exclusão de seu rol de relacionamento, sem prejuízo da comunicação imediata às autoridades competentes caso o fato configure crime.

Artigo 25 – O infrator, se empregado, estará sujeito às penalidades descritas na CLT e, se sócio de acordo com o contrato social, podendo, inclusive ser expulso do quadro social, caso a infração configure crime ou tão grave que comprometa a imagem da empresa dentro ou fora do ambiente do trabalho.

Artigo 26 – O infrator terá direito a ampla defesa e contraditório em todas as etapas do julgamento de acordo com os preceitos constitucionais.

CAPÍTULO VII

DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo 27 – Os casos omissos no presente código serão resolvidos pelos sócios da pessoa jurídica de acordo com o contrato social.

Artigo 28 – Compete ao administrador da pessoa jurídica adotar todas as medidas administrativas e legais para dar efetividade ao presente Código, sobretudo, no que diz respeito aos temas descritos nos artigos 9ª e 10º.