



Universidade de Brasília
Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade
Departamento de Administração
Curso de Graduação em Administração a Distância

Rosana Gehlen Loblein

A questão ética nas instituições financeiras do Brasil
Um estudo comparativo dos Códigos de Ética

Brasília – DF

2011

Rosana Gehlen Loblein

A questão ética nas instituições financeiras do Brasil
Um estudo comparativo dos Códigos de Ética

Monografia apresentada à Universidade de Brasília (Unb) como requisito parcial
para obtenção do grau de Bacharel em Administração

Professor Orientador: Gabriel de Araújo Spezia

Brasília – DF

2011

Loblein, Rosana Gehlen

A questão ética nas instituições financeiras do Brasil. Um estudo comparativo dos Códigos de Ética.

63 fl.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração – EAD, 2011.

Orientador: Prof. Esp. Gabriel Araújo Spezia, Departamento de Administração.

1. Ética nas Instituições Financeiras do Brasil. 2. Códigos de Ética. 3. Reflexos da conduta ética dos bancos na sociedade.

Rosana Gehlen Loblein

A questão ética nas instituições financeiras do Brasil
Um estudo comparativo dos Códigos de Ética

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do
Curso de Administração da Universidade de Brasília da aluna
Rosana Gehlen Loblein

Professor Orientador: Espec. Gabriel de Araújo Spezia

Professor-Examinador: Espec. Gabriel de Araújo Spezia

Professor-Examinador: MSc Marina Figueiredo Moreira

Brasília, 09 de abril de 2011

Este trabalho é dedicado a todos aqueles que pautam suas vidas profissionais e pessoais pela conduta ética e pelos princípios de respeito, honestidade, integridade, confiabilidade e retidão.

AGRADECIMENTOS

Em agradecimento à minha família e amigos, que acreditaram na importância do estudo e estiveram sempre presentes como fortes incentivadores e pacientes apoiadores à realização deste projeto.

RESUMO

O trabalho apresenta uma análise comparativa dos Códigos de Ética de seis das maiores instituições financeiras do Brasil e tem por objetivo estudar o tratamento dispensado ao assunto da ética dentro dessas organizações e os reflexos do tema no âmbito social em que atuam. O estudo tem como mote a tendência mundial de se olhar o assunto sob uma ótica mais focada e sensível nos ambientes corporativos, especialmente em função dos possíveis efeitos que podem ser verificados na imagem da organização junto à sociedade. A metodologia utilizada foi a análise documental dos Códigos de Ética dos bancos, bem como a realização de pesquisa de campo a partir de questionários aplicados ao público geral. Há uma necessidade premente e contínua de se garantir, no âmbito das organizações, que a conduta ética seja praticada e que os valores e princípios que a permeiam se reflitam nas suas atividades, chegando aos seus destinatários finais com todos os benefícios que lhes são intrínsecos.

Palavras-chave: Ética. Valores. Sociedade.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Pesquisa de Campo – Resposta da Pergunta 1.	47
Figura 2 – Pesquisa de Campo – Resposta da Pergunta 2	48
Figura 3 – Pesquisa de Campo – Resposta da Pergunta 3.	48
Figura 4 – Pesquisa de Campo – Resposta da Pergunta 4a	49
Figura 5 – Pesquisa de Campo – Resposta da Pergunta 4b.	50
Figura 6 – Pesquisa de Campo – Resposta da Pergunta 5	51

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	07
1.1	Contextualização do assunto.....	07
1.2	Formulação do problema.....	08
1.3	Objetivo Geral.....	08
1.4	Objetivos Específicos.....	08
1.5	Justificativa.....	09
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	09
2.1	A questão ética na literatura.....	10
2.2	Moral e ética.....	10
2.3	Ética na atividade empresarial.....	12
2.4	Ética e responsabilidade social.....	14
2.5	Aplicação dos princípios éticos nas empresas.....	16
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA.....	19
3.1	Tipo e descrição geral da pesquisa.....	19
3.2	Caracterização da organização, setor ou área do objeto de estudo.....	20
3.3	População e amostra.....	21
3.4	Caracterização dos instrumento(s) de pesquisa.....	21
3.5	Procedimentos de coleta e de análise de dados.....	22
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	23
4.1	Informações sobre os bancos analisados.....	23
4.2	Descrição dos Códigos de Ética estudados.....	24
4.3	Análise comparativa dos Códigos de Ética.....	42
4.4	Pesquisa complementar.....	46
4.5	Apresentação dos resultados.....	51
5	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	54
	REFERÊNCIAS.....	57
	APÊNDICES.....	63
	ANEXOS.....	64

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por finalidade estudar os Códigos de Ética de seis das maiores instituições financeiras atuantes no Brasil e, por meio de uma análise comparativa, identificar as principais características abrangidas e a relação que guardam com a imagem que cada uma das organizações tem na sociedade.

Com foco na questão ética e na forma como esta é tratada dentro das instituições financeiras no País, o estudo que será apresentado toma por base a importância que tem sido dada ao assunto nos ambientes corporativos e os desdobramentos observados não apenas no âmbito empresarial, mas também na sociedade.

A pesquisa abrangerá a forma como as empresas do setor financeiro brasileiro tratam e conduzem o tema da ética nos diversos aspectos, tais como sociedade, comportamento dos funcionários, sustentabilidade, dentre outros que variam de acordo com cada uma das organizações.

Fazendo uma comparação entre os Códigos de Ética dos bancos escolhidos, espera-se obter uma visão satisfatória das principais características, da amplitude e das eventuais falhas desses Códigos, mostrando, ainda que de forma ampla, os reflexos que o comportamento ético tem na sociedade e especialmente no público bancarizado.

1.1 Contextualização

Na vida de um administrador, alguns princípios se fazem fundamentais, não apenas porque balizam sua conduta profissional, mas também porque refletem seus valores pessoais. A ética, nesse contexto, pode ser considerada uma questão crítica no ambiente corporativo, bem como uma premissa para a atuação de qualquer administrador na medida em que influi na performance, na sustentabilidade da empresa e nas expectativas dos mercados, especialmente do público consumidor.

1.2 Formulação do problema

O foco do presente estudo visa responder à seguinte indagação: “Como é tratada a ética no âmbito dos maiores bancos brasileiros e seus reflexos na sociedade brasileira, em especial na população bancarizada?”

Tomando por base os Códigos de Ética atualmente vigentes nessas organizações, a pesquisa apresentada faz uma abordagem sobre os aspectos mais relevantes do tratamento e da condução dos assuntos relacionados à ética nas empresas do ramo financeiro, bem como os seus eventuais reflexos na atuação e na imagem projetada dessas organizações na sociedade.

Pela análise desses fatores, abre-se a possibilidade de se desenvolver políticas e procedimentos internos que sejam mais adequados à garantia do comportamento ético em todos os níveis das corporações.

1.3 Objetivo Geral

O objetivo geral do trabalho é identificar, por meio de um estudo comparativo dos Códigos de Ética das maiores instituições financeiras brasileiras, o tratamento dispensado ao assunto da ética dentro dessas organizações e os reflexos do tema no âmbito social em que atuam.

1.4 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos da pesquisa são:

- a) Identificar os principais aspectos dos Códigos de Ética das organizações escolhidas.
- b) Identificar a abrangência das preocupações sobre ética dentro das empresas do ramo financeiro.

- c) Analisar os aspectos tratados com maior ênfase, bem como aqueles eventualmente não abordados nos Códigos de Ética.
- d) Averiguar os possíveis impactos diretos da ética na imagem dessas empresas no mercado em que atuam e na sociedade.

1.5 Justificativa

Por tudo o que se observa nas tendências de gestão dos administradores modernos, verifica-se que à questão da ética é dispensada uma atenção cada vez maior, seja para atender às expectativas dos mercados, seja para garantir a sustentabilidade do desempenho das empresas. Isso, em virtude de que as relações de ética corporativa podem comprometer a eficiência e eficácia de todas as ações e trabalhos que são desenvolvidos no intuito de se implementar as estratégias corporativas estabelecidas.

Adicionalmente, o acirrado e crescente grau de competitividade do mercado tendem a exigir das organizações níveis cada vez maiores de eficiência operacional, permeada por estratégias que possam garantir a manutenção e a sustentabilidade da empresa em seu âmbito de atuação.

Nesse sentido, a análise dos Códigos de Ética dos bancos brasileiros tem como principal justificativa a premente necessidade de se pautar as relações e a gestão das organizações em princípios e políticas de caráter ético, especialmente em um ambiente marcado pelos crescentes níveis de competitividade, como pode ser observado no contexto globalizado de que fazem parte.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Dentre os vários aspectos que permeiam a elaboração e a observância aos princípios éticos dispostos nos Códigos de Ética dos bancos brasileiros, pode-se considerar que o cerne da questão reside no papel desempenhado pelos gestores,

enquanto líderes, no processo de levar as organizações a atingirem suas estratégias corporativas.

Por tudo o que se observa nas tendências de gestão dos administradores modernos, verifica-se que a questão da ética, ou mais especificamente a falta dela, causa um impacto significativo nos níveis de alcance das estratégias corporativas das empresas, o que vem agravado, ainda, pelos prejuízos de imagem que tais impactos causam junto à sociedade.

2.1 A questão ética na literatura

Nesse sentido, a teoria das organizações, influenciada por Williamson (1975), parte do pressuposto de que os agentes econômicos agem muitas vezes de forma antiética a partir de uma orientação calcada na busca do auto-interesse, da obtenção de benefícios próprios. O autor não afirma que todos os agentes são oportunistas o tempo todo, mas que alguns podem sê-lo em algum momento, o que será suficiente para a demanda de respostas organizacionais.

Como bem observa Jessop (1996), o interesse comum é sempre assimétrico, marginalizando e definindo certos interesses ao mesmo tempo em que privilegiam outros. Em outras palavras, na racionalidade instrumental tanto é ocultada a referência social quanto a referência ética.

De forma análoga, Lukács (1974) tem mostrado que os interesses particulares são freqüentemente universalizados e tratados com se fossem os interesses de todos. Na prática das organizações contemporâneas, grupos da administração são privilegiados na tomada de decisão. Dessa forma, os interesses da corporação são igualados aos interesses específicos da gerência.

2.2 Moral e ética

O estudo envolvendo a ética nas organizações não pode ser feito sem considerar a distinção entre as dimensões moral e ética. Um dos autores que tratam do assunto é Rosansky (1994), que considera a moral como um ato individual e a ética como um princípio organizacional. O autor define ética como *“uma tentativa de sistematizar as noções correntes de certo e errado, com base em algum princípio básico”*. (ROSANSKY, 1994, p.46)

De forma análoga, Vasquez (1975, p.12) afirma que *“[...] a ética é a ciência que estuda o comportamento moral dos homens na sociedade”*. Esta definição remete a duas questões importantes, segundo Passos (2004, p. 23):

“[...] ao caráter social da moral e a seu aspecto dialético. O primeiro relaciona-se com o papel que ela desempenha na sociedade, no sentido de possibilitar um equilíbrio entre os anseios individuais e os interesses da sociedade; assim, não existe uma moral individual; ela é sempre social, pois envolve relações entre sujeitos. Diante disso, as normas morais são colocadas em função de uma concepção teórica em vigor, que é quase sempre a concepção dominante.”

As teorias atuais sobre o desenvolvimento moral dos indivíduos fundamentam-se em grande parte nos trabalhos exploratórios de Jean Piaget sobre os processos de avaliação moral desenvolvidos pelas crianças. Piaget adicionou um determinante cognitivo ao conceito de moralidade que, até então, era explicado com recurso exclusivo a determinantes ambientais (PIAGET, 1932).

Além de Piaget, destaca-se o modelo de Kohlberg, baseado no conceito de justiça como fundamento da moralidade e sugere que um indivíduo progride através de um conjunto de fases seqüenciais, à medida que desenvolve as suas percepções morais (KOHLBERG, 1969). Este processo cognitivo compreende três níveis de desenvolvimento moral, quais sejam: pré-convencional, convencional e pós-convencional.

Ainda sobre a questão da moralidade, Gouvêa (2002, p. 13), acredita que

“[...] se desobedecer aos preceitos e não conseguir seguir os padrões de conduta, a pessoa vive na imoralidade. Se os preceitos e padrões do grupo social a que a pessoa pertence tornam-se irrelevantes para ela, então pode ser chamada de “amoral”. Se também confundir a moral de sua cultura ou a de seu grupo social com ética, torna-se um moralista.”

Portanto, a relação entre ética e moral se põe de forma a tentar compreender as razões pelas quais uma pessoa ou um grupo venha a agir ou não de determinada maneira, dada às alternativas possíveis (FARIA, 2001). Como um mecanismo de influências recíprocas, a moral constitui-se, então, na matéria de reflexão da ética (VAZQUEZ, 2002).

2.3 Ética na atividade empresarial

Ao longo dos últimos anos, o aumento significativo dos fluxos de comércio internacional, facilitados por tecnologias inovadoras de processamento de informações e comunicação, tornou a dimensão ética da atividade empresarial uma das principais preocupações de gestores, políticos, pesquisadores e da sociedade em geral (ROBERTSON, CRITTENDEN, BRADY & HOFFMAN, 2002).

O que se observa, é que a tolerância perante os abusos de poder ou a exploração inadequada de recursos torna-se cada vez menor e a competitividade do mercado permeia também o alcance social e ambiental dos seus resultados e da sua atividade (LUCÉ, BARBER E HILLMAN, 2001). Por outro lado, para se garantir o êxito das interações entre gestores e executivos de diferentes países, que são cada vez mais freqüentes, faz-se premente que se eleve a capacidade de se compreender as diferenças de comportamento e as suas motivações morais. (PRIEM & SHAFFER, 2001).

Como resultado dessa tendência, um número elevado de estudos tem buscado explicar a postura ética dos executivos a partir de algumas das suas características individuais, como o gênero. Segundo alguns autores, um mesmo indivíduo pode tomar decisões diferentes, de acordo com o contexto específico que envolva essas decisões (HOFFMAN, COUCH & LAMONT, 1998; ROBERTSON, 2002), variando, por exemplo, conforme a posição que o indivíduo ocupa na empresa ou com a antecipação subjetiva que ele faça da reação pública à sua decisão.

O desempenho social da organização será, em última análise, o lado visível do comportamento ético dos seus dirigentes, refletindo a boa ou a má prática empresarial, que se refletirá, em contrapartida, nos resultados financeiros e na própria sustentabilidade da atividade da empresa (RUF, MURALIDHAR, BROWN, JANNEY & PAUL, 2001).

Quando se analisa o contexto organizacional, verifica-se que o indivíduo não está imune aos efeitos e às influências da cultura social. Um dos fatores que podem influenciar a forma como uma pessoa reage a diferentes dilemas éticos é a sua própria cultura (ROBERTSON, 2002).

Analisando a cultura como fator do comportamento ético dos administradores, cabe a idéia de Moon e Woolliams, (2000), de que a dimensão ética da atividade empresarial tem especificidades culturais difíceis de evitar e os decisores devem estar preparados para compreender e aproveitar essas particularidades inerentes à condição social da vida humana.

Como exemplo, pode-se citar o clima organizacional, que é geralmente identificado como a atmosfera psicológica, social e humana que caracteriza a forma como as pessoas se relacionam entre si dentro da organização. A dimensão ética do clima organizacional foi originalmente conceitualizada por Victor e Cullen (1988).

Estes autores definiram o clima ético organizacional como um conceito multifacetado composto pelas percepções partilhadas pelos membros de uma organização sobre quais seriam os comportamentos eticamente corretos e pela forma como deveriam ser abordados os assuntos moralmente qualificáveis (VICTOR & CULLEN, 1988).

Assim, o clima ético é afetado pelos diversos sistemas normativos da organização, tais como as políticas, os procedimentos, os esquemas remuneratórios e os sistemas de controle (Barnett & Vaicys, 2000).

Na mesma linha, Wyld e Jones sugerem que a percepção de cada indivíduo sobre o clima ético da organização a que pertence desempenha um papel determinante nos processos de decisão individual (WYLD & JONES, 1997). Wimbush argumenta, por outro lado, que, se os supervisores conseguem influenciar o clima organizacional, os gestores poderão influenciar o comportamento ético dos

funcionários através do efeito de suas ações no clima ético de grupos de trabalho onde a atitude ética é inadequada (WIMBUSH & MARKHAM, 1997).

Há diversos estudos que sugerem a existência de uma relação entre o clima ético e o comportamento individual (DESHPANDE, 1996; FRIETZSCHE, 2000; PETERSON, 2002), confirmando a importância do conceito e justificando-o como um fator organizacional capaz de ajudar a explicar as opções de natureza social que caracterizam a prática empresarial.

Levando-se em conta a diversidade cultural brasileira, inclusive a cultura empresarial, é pertinente a análise de Srour (2000), que considera tal hibridez cultural como impulsionadora para que as empresas convivam por um lado com princípios éticos de profissionalismo, imparcialidade, credibilidade e transparência nas tomadas de decisões e, por outro, com o oportunismo, o jeitinho, a tendência de se levar vantagens nas situações, atendendo a interesses individuais. A cultura brasileira abriga, portanto, uma duplicidade de morais, que acaba tendo impactos diretos na imagem externa da empresa.

Como bem afirma Rosini (2003, p.147), “[...] nas atuais economias nacionais e globais, as práticas empresariais dos administradores afetam a imagem da empresa para a qual trabalham”. Sendo assim, para que a empresa tenha condições de competir com sucesso nos mercados nacionais e também internacionais, será preciso manter uma sólida reputação de comportamento ético.

2.4 Ética e responsabilidade social

Adicionalmente, alguns resultados de pesquisas apontam que os consumidores tendem a valorizar a empresa socialmente responsável (MURRAY e VOGEL, 1997; CREYER E ROSS, 1997; MOHR, 2001) e isto pode influenciar positivamente seu comportamento de compra (BROWN E DACIN, 1997; SEN E BHATTACHARYA, 2001); ou negativamente, caso a empresa seja vista como antiética (BROWN E DACIN, 1997; SERPA E FURNEAU, 2004).

Diante desse contexto, para alguns autores, há indícios suficientes para que os gestores adotem uma postura ética e socialmente responsável em suas empresas. Singhapakdi (2001, p. 134), por exemplo, considera que é fundamental para os executivos incorporar esses aspectos em seu dia-a-dia de trabalho, na medida em que *“[...] ética e responsabilidade social devem ter um impacto positivo no sucesso de uma organização, porque os consumidores fazem julgamentos éticos que influenciam suas compras”*.

Mas um ponto importante das discussões acerca do comportamento ético e, por associação, do comportamento moral dos gestores, é a questão do lucro. Para Salomon (2002), a lucratividade somente se torna possível se a organização procurar fornecer bens e serviços que possuam a qualidade que o cliente deseja.

Ainda, afirma que:

“Os lucros não são, em si, o fim ou o objetivo da atividade empresarial: os lucros são distribuídos e reinvestidos. Os lucros são um meio para montar o negócio e recompensar os empregados, os executivos e os investidores. Para algumas pessoas os lucros podem ser um meio de registrar os ganhos, mas mesmo nestes casos o objetivo é o estatuto e a satisfação de ‘ganhar’ e não os lucros em si.” (SALOMON; 2002, p. 3)

Sob outra ótica, tanto Lewis e Warneryd (1994) como Berenbeim (1999) criticam os economistas neoclássicos, por eles tenderem a negligenciar outros aspectos comportamentais que não o da maximização dos lucros. North (1999, p. 15) ressalta, referindo-se ao pressuposto neoclássico da maximização de lucros que: *“[...] como a literatura em economia experimental demonstra, o comportamento humano é claramente mais complexo do que o representado por esta pressuposição comportamental simplista.”*

Associada à análise do lucro no contexto da ética nas organizações, está o conceito de eficácia organizacional que, segundo McCann (2004), teve uma evolução importante a partir dos anos 50, com o advento da teoria dos sistemas, que colocou ênfase no ambiente em que está inserida a organização, e na necessidade de se gerenciar a complexa interdependência dos fatores nele presentes. A partir daí, começou-se a pensar na relação da eficácia organizacional com as mudanças

que acontecem no ambiente e para as quais as empresas têm que encontrar respostas, sobretudo no dinâmico cenário atual.

Para Walton e Dawson (2001), a escolha dos critérios para se atingir a eficácia organizacional reflete os valores e preferências de quem faz essa escolha. Segundo Srour (2003, p. 13), “[...] o grande desafio consiste em saber como coibir atos que só beneficiam interesses restritos, para não dizer egoístas.”

2.5 Aplicação dos princípios éticos nas empresas

Outro aspecto importante, abordado por Andrade (2004, p. 19), faz uma reflexão sobre dois componentes que afetam a forma de agir das pessoas: o domínio da legislação, que contém os princípios éticos estabelecidos por lei, e o domínio da livre escolha, ou seja, a condição social de todo ser livre, de fazer suas escolhas e de agir de maneira que melhor lhe convier, em cada situação da sua vida pessoal e profissional.

Complementando, Srour (2003, p. 50) afirma que “[...] as decisões empresariais não são inócuas, anódinas ou isentas de conseqüências: carregam um enorme poder de irradiação pelos efeitos que provocam.” Nas práticas organizacionais, afetam os agentes que participam das ações relacionadas com a gestão da empresa. Na frente interna, têm-se os trabalhadores, gestores e proprietários (acionistas). Ampliar a compreensão sobre como os gestores de empresas percebem suas responsabilidades e decisões no ambiente empresarial parece ser de fundamental importância, conforme ressaltam autores como Wood (1991).

Segundo Monteiro (2005), é atribuição da ética apontar as ações humanas moralmente válidas, diferenciando-as daquelas que não o são. A preocupação ética procura estabelecer os principais padrões que atribuem valor e direcionam a existência humana.

Com consonância com essas idéias, relativamente ao universo empresarial e ao estabelecimento, pela sociedade, dos seus respectivos valores, Aguilar (1996)

listou alguns princípios que devem ser considerados importantes, ou mesmo fundamentais ao desenvolvimento de uma organização empresarial:

- Respeito pela dignidade humana.
- Honestidade, integridade, confiabilidade e retidão.
- Personificação da cortesia em suas atitudes e palavras.
- Lealdade e equilíbrio para com os grupos associados à empresa (clientes, consumidores, colaboradores, administradores etc.).

De forma complementar, Srour (2000) produziu uma lista com situações e atitudes antiéticas, sendo que a maioria delas teriam uma natureza criminosa. Estes procedimentos e atitudes antiéticos conduzidos por uma empresa e seus administradores podem ser assim relacionados de maneira sucinta: subornos a funcionários públicos; fraudes em licitações e concorrências; sonegação fiscal; danos ao meio ambiente; espionagem industrial; clonagem de produtos; pirataria; extorsões; manipulação e fraudes no mercado de ações; fraudes em balanços contábeis; exploração de trabalho infantil, mesmo que indiretamente; lavagem de dinheiro; falsificação de documentos; adulterações de pesos e medidas; evasão de divisas; tráfico de influência; desfalques em empresas ou fundo de pensão; não pagamento de dívidas; superfaturamento ou subfaturamento.

Segundo Faria (2001, p.7), *“O que justifica a prática de uma ética em desacordo com os códigos morais pode ser ou a falta de condição da norma para continuar a oferecer um guia seguro, ou as apreciações de caráter avaliativo, tanto da ética como da moral.”* Neste segundo caso, a prática é aquela em que a qualificação da ética passa a ser assegurada pelo desenvolvimento de padrões de excelência, os quais definem o sucesso esperado, tornando-se regras aceitas por certa coletividade organizacional e interiorizada por seus membros.

Tal prática resulta em atividades com regras socialmente estabelecidas, cujos padrões têm sua própria história a justificar os critérios para caracterizar uma organização bem sucedida e os seus melhores colaboradores. Na prática organizacional, estes padrões, nem sempre escritos, mas usualmente sugeridos nas definições das estratégias, levam os sujeitos a conviver com conjuntos diferentes de

códigos: os do dever-ser e os do ser, o que os leva a valorizar mais o parecer-ser do que o de-fato-ser.

E é justamente no contexto desse “parecer ser” que podemos destacar a conclusão de Faria (2001, p. 3):

“A concepção de ética, moral e democracia nas organizações é sustentada por um discurso coerente com os princípios éticos e morais e com o exercício da democracia e da justiça, como a recusa às atitudes preconceituosas, desonestas, injustas e infiéis; e, por uma prática que, negando o discurso, estabelece atitudes diferentes, a referendar conteúdos e comportamentos que o próprio discurso entende não éticos, de moral coercitiva e autoritária, os quais são observados e aceitos neste ambiente enquanto portadores de uma lógica competitiva, de sobrevivência e de esperteza.”

“[...] A empresa, enquanto instituição capaz de tomar decisões e como conjunto de relações humanas com uma finalidade determinada, já tem desde seu início uma dimensão ética.” (ZOBOLI; 2001, p. 14). Essa afirmação acaba por corroborar com o que diz Rios (2000, p. 23):

“A ética se apresenta como uma reflexão crítica sobre a dimensão moral do comportamento do homem. Cabe a ela, enquanto investigação que se dá no interior da filosofia, procurar ver – claro, fundo e largo – os valores, problematizá-los, buscar sua consistência.”

É nesse sentido que ela não se confunde com a moral. No terreno da última, os critérios utilizados para conduzir a ação, são os mesmos que se usam para os juízos sobre a ação, e estão sempre, indiscutivelmente, ligados a interesses específicos de cada organização social. No plano da ética, estamos numa perspectiva de um juízo crítico próprio da filosofia, que quer compreender, quer buscar o sentido da ação.

Segundo Enriquez (1997), o reaparecimento da questão ética está relacionado a um sinal de mal-estar profundo que afeta a nossa sociedade (em virtude do triunfo da racionalidade instrumental), que faz prevalecer a questão ‘como’ sobre a questão ‘porque’.

Sabe-se que a lógica de ação das organizações produtivas contribui para a supremacia de tal racionalidade. Trata-se de adequar os meios aos fins a partir de

um cálculo de custo-benefício (que se refere tão somente a elementos mensuráveis), desconsiderando variáveis humanas e sociais que não podem ser integradas em um sistema de equações (ENRIQUEZ, 1995).

Por fim, tudo leva a crer que:

“Comportamento ético e sucesso são indissociáveis (...). A questão não é tanto saber se o desastre poderia ser evitado caso práticas saudáveis de gestão tivessem sido adotadas. O principal é saber de que maneira cidadãos até então reputados como honestos conseguiram criar um ambiente capaz de levar os funcionários a assumir atitudes eticamente condenáveis e economicamente insustentáveis.” (CYRINO, 2003).

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Analisar o tratamento da questão ética nas organizações do setor financeiro pode se tornar um trabalho complexo quando se leva em conta que as políticas e Códigos de Ética existem em praticamente todas as grandes empresas no Brasil e no mundo. Ou seja, em organizações que teoricamente prezam pelo comportamento ético de seus funcionários, presume-se, em princípio, que a ética seja observada e que permeie todas as atividades e setores da empresa.

Apesar disso, e sabendo que muitas organizações sofrem com os efeitos dessa “desobediência” aos princípios éticos e comportamentais, pergunta-se: “Seria possível ter uma visão mais acertada sobre a condução, abrangência e observância dos princípios éticos dentro das organizações por meio da análise de seus Códigos de Ética?”

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

Com vistas a atingir os objetivos deste estudo, conforme apresentado nos itens 1.2 e 1.3, decidiu-se utilizar uma análise comparativa a partir do estudo dos

Códigos de Ética de seis dentre as maiores instituições financeiras atuantes no País, utilizando-se como base de comparação os macro-aspectos abrangidos em cada um deles.

Complementando a análise comparativa, utilizaram-se os resultados de uma pesquisa de campo realizada em locais públicos, que tem por objetivo acolher a percepção do público em geral acerca das questões éticas dos bancos e seus reflexos para os consumidores.

Comparando os Códigos de Ética, que são de acesso público, faz-se possível traçar uma linha mestra que permeia o tratamento dos assuntos relacionados à ética nas empresas do setor financeiro e, a partir daí, identificar o grau de relevância e amplitude que é dada ao tema nessas organizações. Tendo essa amostra como base, são identificados os pontos críticos das políticas e diretrizes de cunho ético representadas nos citados Códigos, apontando aqueles que são potencializados e os que carecem de uma atenção maior.

Ao final, verifica-se haver subsídios suficientes para apresentar e avaliar como as instituições financeiras brasileiras tratam a ética em seus âmbitos de atuação, como elas permeiam as atividades da empresa em todos os seus níveis e a maneira como isso se reflete nos consumidores finais.

3.2 Caracterização da organização, setor ou área do objeto de estudo

Para o tipo de análise que se pretende fazer e o grau de subjetividade que existe nos assuntos relacionados à ética, entende-se satisfatória uma análise documental dos Códigos de Ética disponibilizados em canais de acesso ao público em geral (neste caso, a Internet) de algumas das maiores instituições financeiras no Brasil, as quais, apesar das pequenas diferenças em termos de foco de atuação, guardam similaridade no porte e na expressividade de suas performances. Os bancos analisados serão: Banco do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica Federal, Citibank, Itaú/Unibanco e Santander.

3.3 População e amostra

O estudo comparativo dos Códigos de Ética não conta com participantes. Para a pesquisa de campo, contudo, foram aplicados questionários estruturados a cem (100) pessoas, sendo 50 mulheres e 50 homens de idades entre 20 e 70 anos. A pesquisa foi realizada no período de 01 de fevereiro a 07 de março de 2011 em locais públicos de Brasília (DF), a saber: nas ruas, Shoppings Center, entradas de bancos e próximo ao comércio. Todos os participantes da pesquisa possuem conta corrente em pelo menos um banco, que não necessariamente aqueles que são objeto deste estudo.

3.4 Caracterização do instrumento de pesquisa

Uma vez que o cerne do presente trabalho reside na análise comparativa dos Códigos de Ética de algumas das maiores instituições financeiras do Brasil, o principal instrumento da pesquisa vale-se de uma descrição da metodologia utilizada para a realização da análise, conforme segue:

Documentos analisados:

- Códigos de Ética – de acesso público, divulgados nos *sites* das instituições financeiras.
- Relatórios Anuais – de acesso público, divulgados nos *sites* das instituições financeiras.
- Outros documentos elaborados esporadicamente a respeito dessas instituições, tais como pesquisas de satisfação, identificação da marca, dentre outros, divulgados em canais de acesso público.

A abordagem com o público, que têm caráter complementar à análise comparativa documental, utiliza como instrumento de pesquisa um questionário de

cinco (5) perguntas com opções de respostas objetivas, conforme apresentado no **Apêndice A**.

3.5 Procedimentos de coleta e análise de dados

Para o fim a que se propõe o estudo em questão, está sendo utilizada a análise de conteúdo, não apenas dos Códigos de Ética, mas também de outros documentos corporativos, sendo todos de acesso público.

A metodologia é apresentada na ordem de execução de cada uma das fases.

- a) Pesquisa e download dos Códigos de Ética ou Códigos de Conduta, obtidos nos *sites* das empresas.
- b) Pesquisa e download dos Relatórios Anuais das empresas, obtidos nos *sites* das empresas.
- c) Análise das principais características de cada um dos Códigos de Ética, tais como extensão do documento, estrutura da apresentação, temas abordados, dentre outros.
- d) Análise da abrangência do conteúdo dos Códigos, tais como o grau de detalhamento em que são apresentados, públicos para os quais o discurso é voltado, visão de futuro, dentre outros.
- e) Verificação de eventuais falhas ou pontos que não estejam sendo considerados no escopo dos Códigos, em comparação com as melhores práticas do mercado.

Para a pesquisa de campo, são observadas as seguintes fases:

- a) Elaboração do questionário.
- b) Aplicação do questionário.
- c) Análise dos resultados.
- d) Elaboração dos gráficos comparativos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Informações sobre os bancos analisados

O Sistema Financeiro Nacional conta atualmente com 160 instituições bancárias em funcionamento no país que atuam sob supervisão do Banco Central do Brasil¹, sendo que 149 dessas instituições pertencem aos segmentos de bancos múltiplos ou comerciais.

As empresas aqui estudadas figuram dentre os maiores bancos múltiplos e comerciais, incluindo a CEF, com atuação no Brasil, e representam atualmente cerca de 70%² do mercado financeiro do país, considerando os seguintes fatores: ativos totais (68%), operações de crédito (68%), depósitos totais (78%), número de agências (87%) e quantidade de clientes (88%).

Além da participação destacada que possuem no mercado financeiro do Brasil, e a despeito das suas particularidades, esses bancos compõem um grupo suficientemente homogêneo para o estudo das questões éticas, especialmente quando se consideram os aspectos das similaridades no tocante ao perfil negocial, tais como portfólio de produtos e serviços oferecidos, rede e canais de atendimento, tarifas e segmentação de clientes.

Além disso, dentre os seis bancos escolhidos, há dois públicos (Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil³), dois privados (Bradesco e Itaú/Unibanco) e dois estrangeiros (Citibank e Santander). Esta diversidade contribui para reforçar as conclusões acerca do tratamento dado à ética pelas instituições financeiras em atividade no Brasil, independentemente de suas características societárias.

¹ Dados obtidos no site do Banco Central do Brasil. (<http://www.bcb.gov.br>)

² Esses percentuais são estimados, já que as informações relacionadas são referentes a dez/2010, e algumas foram extraídas das páginas dos bancos em questão, não havendo garantia de que estejam atualizadas.

4.2 Descrição dos Códigos de Ética estudados

Neste item são apresentados, de forma resumida, os Códigos de Ética das instituições financeiras estudadas. As versões originais e completas encontram-se disponíveis na seção “Anexos” deste trabalho.

4.2.1 Bradesco

4.2.1.1 Objetivo: servir como guia prático de conduta pessoal e profissional a ser utilizado por todos os colaboradores da Organização Bradesco em suas interações e decisões diárias, mediante a aplicação das seguintes premissas:

- a) Valorização do trabalho.
- b) Visão conjunta de todas as atividades exercidas, com vistas à melhoria dos resultados.
- c) Aprimoramento contínuo cultural e profissional de todos.
- d) Relacionamento construtivo e valorização da confiança nas relações internas e externas.
- e) Pioneirismo em tecnologia e soluções para os clientes.
- f) Determinação e preparo para enfrentar os diferentes ciclos econômicos e a dinâmica das mudanças socioambientais.
- g) Servir de referência para a avaliação de eventuais violações aos princípios do Código de Ética.

4.2.1.2 Abrangência: todos os administradores, funcionários, parceiros de negócios, fornecedores e prestadores de serviços da Organização, sociedades controladoras, controladas e sob mesmo controle, direta ou indiretamente, e quando aplicável,

³ Banco do Brasil é uma empresa de economia mista, mas para o caso a que está sendo referido, está sendo tratado como banco público, dado que seu maior acionista é o Governo Federal.

entidades sem fins lucrativos geridas por administradores ou funcionários nomeados ou cedidos por empresas integrantes da Organização.

4.2.1.3 Valores Éticos:

- a) Cliente como razão da existência da Organização.
- b) Transparência em todos os relacionamentos internos e externos.
- c) Respeito à concorrência.
- d) Crença no valor e na capacidade de desenvolvimento das pessoas.
- e) Respeito à dignidade e diversidade do ser humano.
- f) Responsabilidade socioambiental, com promoção e incentivo das ações para o desenvolvimento sustentável.
- g) Compromisso com a melhoria contínua da qualidade do atendimento, de produtos e de serviços.

4.2.1.4 Princípios Éticos:

- a) Integridade: conduta reta e imparcial, respeito integral às leis do País e às normas que regem as atividades do setor financeiro e da organização.

No escopo deste princípio, são tratados os conflitos de interesses, diante dos quais o colaborador deverá zelar pelo patrimônio da organização, de seus clientes, acionistas, investidores e demais partes relacionadas. Deverá recusar presentes, vantagens pecuniárias ou materiais, que possam representar relacionamento impróprio ou prejuízo financeiro ou de reputação para a organização.

- b) Equidade: preservação da individualidade e privacidade, não sendo admitida a prática de quaisquer atos discriminatórios.
- c) Compromisso com a Informação: organização aberta à comunicação, ao diálogo e à busca de soluções para os clientes e todos os colaboradores.

- I. Informação privilegiada: Cumprimento rigoroso das políticas de divulgação de ato ou fato relevante e de negociação de valores mobiliários de emissão do Banco Bradesco.
- II. Proteção aos ativos de informação: propriedade intelectual própria e de terceiros, Política Corporativa de Segurança da Informação, respeito e salvaguarda do sigilo dos dados e informações confiadas à organização, garantindo sua integridade, confidencialidade e disponibilidade.
- III. Exatidão das informações e dos relatórios da organização: manutenção de todos os registros e relatórios em conformidade com as leis aplicáveis. Todas as informações constantes dos relatórios devem ser consignadas de maneira precisa e correta, refletindo a transparência das operações das empresas integrantes da organização.

d) Valorização das pessoas:

- I. Consciência da responsabilidade das funções e da não utilização em benefício próprio ou de terceiros.
- II. O mérito como principal fator de avaliação dos funcionários.
- III. Respeito e proteção à privacidade e confidencialidade das informações.
- IV. Oferta de oportunidades de crescimento profissional.
- V. Ambiente seguro e saudável, com liberdade de expressão e respeito à integridade e à privacidade das pessoas.

e) Relacionamentos Construtivos:

- I. Clientes: transparência nas operações, receptividade e tratamento adequado de críticas e sugestões, atendimento eficaz, confidencialidade de informações.

- II. Acionistas e investidores: observância das diretrizes constantes nas políticas de divulgação de ato ou fato relevante e de negociação de valores mobiliários de emissão da organização.
- III. Fornecedores e parceiros de negócios: relações de negócios com parceiros e fornecedores que operem com padrões éticos compatíveis com os da organização.
- IV. Órgãos Governamentais e Reguladores: cumprimento das políticas, normas e controles de prevenção e combate à lavagem de dinheiro e a atos ilícitos de qualquer natureza, coibindo também a concessão de vantagem ou privilégios a agentes públicos.
- V. Imprensa: transparência, credibilidade e confiança, observados os valores éticos na estratégia de marketing da organização.
- VI. Comunidades e meio ambiente: apoio a iniciativas de formação e valorização da cidadania, erradicação da pobreza e redução das desigualdades sociais; repúdio a qualquer forma de exploração de pessoas pelo trabalho, observância dos princípios de responsabilidade socioambiental; prática, incentivo e valorização da preservação ambiental.

f) Liderança responsável:

- I. Estímulo de lideranças e promoção do relacionamento entre os diversos níveis hierárquicos, criando uma atmosfera adequada ao exercício de atribuições e desenvolvimento pessoal e profissional.
- II. Incentivo dos funcionários ao estabelecimento de equilíbrio entre família, trabalho e sociedade.
- III. Estímulo de iniciativas de preservação da saúde e segurança no trabalho.

4.2.1.5 Gestão do Código:

- a) Comitê de Conduta Ética: proposição de ações quanto à disseminação e cumprimento dos Códigos de Conduta Ética, corporativo e setoriais da organização, assegurando sua eficácia e efetividade.
- b) Procedimentos perante dúvidas, situações conflitantes e ações contrárias aos princípios do Código: situações conflitantes ou duvidosas podem surgir de forma inesperada, cabendo a cada um a responsabilidade de utilizar o senso de julgamento e acionar os órgãos relacionados, à disposição do funcionário.
- c) Violação aos Códigos de Conduta Ética, às políticas e normas: sujeitas às ações disciplinares aplicáveis, independentemente do nível hierárquico, sem prejuízo das penalidades legais cabíveis.

4.2.2 Banco do Brasil

4.2.2.1 Objetivo: propiciar a disseminação e o compartilhamento dos valores do Conglomerado, no âmbito interno e externo, e estimular a reflexão sobre o exercício profissional responsável.

4.2.2.2 Abrangência: todos os funcionários da organização.

4.2.2.3 Valores éticos: justiça, responsabilidade, confiança, civilidade e respeito.

4.2.2.4 Princípios éticos:

- a) Reconhecimento e aceitação da diversidade das pessoas, pautando suas relações pela confiança, lealdade e justiça.
- b) Valorização do processo de comunicação interna, preservando o sigilo e a segurança das informações.
- c) Compartilhamento de aspirações profissionais, reconhecimento do desempenho e zelo pela qualidade de vida dos funcionários.

- d) Preservação do patrimônio, imagem e interesses da organização.
- e) Comercialização de produtos e serviços com honestidade e transparência.
- f) Relacionamento com clientes idôneos, oferecendo-lhes tratamento digno e cortês e respeitando os direitos do consumidor.
- g) Orientações e informações claras, confiáveis e tempestivas, preservando o sigilo das informações.
- h) Receptividade às opiniões da clientela, considerando-as para a melhoria do atendimento, dos produtos e serviços.
- i) Transparência de suas políticas e diretrizes, sendo ágil e fidedigno no fornecimento de informações aos acionistas.
- j) Proatividade na disposição de informações ao Mercado, minimizando rumores e especulações.
- k) Administração dos negócios com independência e boa técnica bancária, agindo em defesa dos direitos humanos, dos princípios de justiça social e do ecossistema.
- l) Respeito aos valores culturais e reconhecimento da importância das comunidades para o sucesso da organização, apoiando ações desenvolvimentistas e empreendimentos direcionados à melhoria das condições sociais.
- m) Efetivo parceiro do Governo Federal na implementação de políticas, projetos e programas socioeconômicos para o desenvolvimento do País.
- n) Articulação dos interesses e necessidades da Administração Pública com os vários segmentos econômicos da sociedade.

- o) Informações fidedignas e tempestivas, obedecendo aos princípios de legalidade, impessoalidade, publicidade e eficiência, próprios da Administração Pública.
- p) Compartilhamento dos valores de integridade, idoneidade, respeito às comunidades onde se inserem e aos direitos do consumidor.
- q) Zelo mútuo pelas suas imagens, interesses comuns e compromissos acordados.
- r) Relacionamento com prestadores de serviços idôneos, adotando processos de contratação imparciais e transparentes.
- s) Os profissionais contratados pautam seus comportamentos pelos princípios do Código de Ética do BB.
- t) Civildade no relacionamento com a concorrência.
- u) Obtenção de informações de forma lícita e transparente, preservando o sigilo dos concorrentes.
- v) Atitude independente e respeitosa no relacionamento com a mídia.
- w) Informações claras e tempestivas repassadas aos clientes, investidores, imprensa e público em geral.
- x) Legitimidade dos funcionários que representam o Banco.
- y) Reconhecimento da legitimidade das Associações e Entidades de Classe, priorizando a via negocial na resolução dos conflitos de interesses.
- z) Apoio de iniciativas para a melhoria da qualidade de vida dos funcionários e seus familiares.

4.2.3 Caixa Econômica Federal

4.2.3.1 Abrangência: dirigentes, empregados e parceiros.

4.2.3.2 Valores éticos:

- a) Respeito pelo ser humano, pelo bem público, pela sociedade e pelo meio ambiente.
- b) Repúdio às atitudes de preconceitos de qualquer natureza ou quaisquer outras formas de discriminação.
- c) Respeito e valorização dos clientes e seus direitos de consumidores.
- d) Preservação da dignidade de dirigentes, empregados e parceiros, eliminando situações de provocação e constrangimento no ambiente de trabalho.
- e) Atenção ao respeito aos costumes, tradições e valores da sociedade nos patrocínios da organização.
- f) Os interesses da organização estão em primeiro lugar para os empregados e dirigentes, resguardando a lisura dos seus processos e de sua imagem.
- g) Gestão honesta dos negócios, dos recursos da sociedade e dos fundos e programas administrados pela organização.
- h) Relacionamentos ou práticas desleais de comportamento em desacordo com os padrões éticos são inadmissíveis.
- i) Repúdio a privilégios a fornecedores e prestadores de serviços, e a doações de bens ou valores a parceiros em nome da organização.
- j) Compromisso com a uniformidade de procedimentos e com o mais elevado padrão ético.
- k) Cumprimento das leis, normas e regulamentos que regem a Instituição.

- l) Relacionamentos pautados pelos princípios do Código de Ética.
- m) Oferta de produtos e serviços que atendam ou superem a expectativa dos clientes.
- n) Orientações e informações corretas aos clientes, preservando o sigilo e a segurança das informações.
- o) Melhoria das condições de segurança e saúde no ambiente de trabalho.
- p) Incentivo à participação voluntária em atividades sociais.
- q) Relações pautadas pelos princípios de transparência e critérios técnicos.
- r) Compromisso com a prestação de contas das atividades, dos recursos geridos e com a integridade dos controles.
- s) Fornecimento de informações claras e tempestivas, no estrito cumprimento dos normativos.
- t) Oferta de oportunidades de ascensão profissional aos funcionários, com critérios claros.
- u) Valorização do processo de comunicação interna, disseminando informações importantes.
- v) Observância aos preceitos e valores éticos nas ações da organização, resguardando missão, imagem, dirigentes e empregados.
- w) Zelo pelo patrimônio público, utilizando adequadamente informações, bens, equipamentos e demais recursos.
- x) Busca da preservação ambiental nos projetos participados.
- y) Garantia de proteção contra represálias ou discriminações profissionais.

4.2.4 Citibank

4.2.4.1 Objetivo: complementar o Código de Conduta da organização.

4.2.4.2 Abrangência: profissionais financeiros e funcionários administrativos que exerçam funções financeiras, incluindo as áreas de controle, análise e planejamento financeiro, tesouraria, impostos, estratégia, fusões e aquisições, relações com investidores e as equipes regionais e de produtos.

4.2.4.3 Princípios éticos:

- a) Promoção e zelo pela conduta ética, incluindo situações de conflitos de interesses entre relações pessoais e profissionais.
- b) Compromisso em evitar conflitos de interesse e submeter ao Compliance qualquer material ou relação que possa gerar um conflito.
- c) Zelar pela confidencialidade de informações sobre a empresa ou suas subsidiárias e de seus clientes.
- d) Garantia de que as informações de relatórios e documentos sejam completas, corretas, tempestivas e compreensíveis.
- e) Garantia de observância às leis, regras e regulamentações governamentais e da organização.
- f) Reporte imediato sobre possíveis violações do Código de Ética à área e Compliance.
- g) Compromisso em evitar qualquer ação que possa causar dano ou prejuízo à empresa ou às suas subsidiárias.
- h) Aplicação de penalidades disciplinares para os casos de violação das regras do Código de Ética.

4.2.5 Itaú/Unibanco

4.2.5.1 Objetivo: mostrar a melhor forma de atuação da empresa, indicando a conduta esperada dos colaboradores com base nas melhores práticas de mercado.

4.2.5.2 Abrangência: todos os funcionários da organização.

4.2.5.3 Valores éticos:

- a) Pessoas em primeiro lugar.
- b) Respeito às leis e valores éticos.
- c) Busca constante pela transparência.
- d) Sigilo das informações dos clientes.
- e) Ambiente sem rigidez ou burocracia desnecessária.
- f) Busca pela inovação, progresso, crescimento sustentável e performance.
- g) Construção de relacionamentos saudáveis.

4.2.5.4 Princípios éticos:

- a) Identidade: alinhamento da empresa à identidade corporativa baseada em elevados padrões de ética, resiliência e respeito à sustentabilidade.
 - I. Negócios e operações alinhados com a visão, valores, cultura, políticas e com o Código de Ética.
 - II. Disseminação do Código de Ética aos públicos de relacionamento.
 - III. Garantia de que os demonstrativos contábeis reflitam adequadamente a realidade da instituição.
 - IV. Incentivo à adoção das melhores práticas internacionais de marketing e vendas.

- V. Contribuição para o desenvolvimento sustentável das sociedades.
 - VI. Observância às diretrizes éticas e operacionais dos órgãos reguladores.
 - VII. Incentivo à reflexão sobre a influência das ações, do ponto de vista ético, na sociedade e meio ambiente.
 - VIII. Manutenção de políticas e práticas de prevenção e controle de toda forma de corrupção e atos ilícitos.
 - IX. Ambiente de respeito à dignidade, diversidade e direitos humanos.
 - X. Adoção de políticas e práticas de prevenção e combate a formas degradantes de trabalho.
 - XI. Coibição de qualquer tipo de discriminação, assédio, desrespeito, exploração e preconceito.
 - XII. Promoção do desenvolvimento humano e profissional dos colaboradores.
 - XIII. Respeito ao direito de livre associação sindical e de negociação coletiva.
- b) Boa fé: transparência e assunção de responsabilidade por atos e escolhas da empresa.
- I. Empenho em fazer o que é certo.
 - II. Fazer aos outros o que gostaríamos que fizessem conosco.
 - III. Cultivo da cordialidade nos relacionamentos.
 - IV. Prática do diálogo e da escuta ativa, acolhendo a diversidade de opiniões.
 - V. Colaboração para a boa realização das tarefas.

- VI. Compartilhamento de informações importantes a todos.
 - VII. Reconhecimento do crédito às idéias e realizações dos colegas.
- c) Interdependência: abertura ao diálogo e interação com os públicos de relacionamento de modo a compartilhar ações e objetivos que levem ao bem comum.
- I. Garantia de boas práticas de governança.
 - II. Prestação de informações atualizadas sobre a performance da empresa.
 - III. Administração com imparcialidade e eficiência dos conflitos de interesses.
 - IV. Acolhimento de críticas e sugestões com profissionalismo e agilidade.
 - V. Respeito à liberdade de escolha.
 - VI. Rejeição às vendas casadas ou outros artifícios desta natureza.
 - VII. Adoção de contratos de fácil compreensão.
 - VIII. Estímulo ao compartilhamento de valores e princípios éticos.
 - IX. Promoção do trabalho digno e apoio ao desenvolvimento sustentável.
 - X. Adoção de critérios transparentes de seleção e contratação.
 - XI. Orientação do relacionamento pelos princípios de cidadania.
 - XII. Decisões livres de preferências partidárias.
 - XIII. Observância de determinações legais nas contribuições a partidos e candidatos políticos.

- XIV. Parcerias visando à promoção da sustentabilidade e do desenvolvimento social e cultural.
 - XV. Observância de determinações legais nas contribuições a ONGs⁴, OSCIPs⁵ e outras associações do gênero.
 - XVI. Atuação com espírito de cooperação visando ao aperfeiçoamento do setor financeiro.
 - XVII. Observância aos princípios da livre concorrência.
 - XVIII. Zelo pela propriedade intelectual dos concorrentes.
 - XIX. Reconhecimento e respeito ao dever da imprensa.
 - XX. Princípios de veracidade e independência no relacionamento com a mídia.
- d) Excelência: ambientes que propiciem a realização de um trabalho de alta qualidade, relevante para quem o executa, para a instituição e para a sociedade.
- I. Respeito à diversidade de opiniões.
 - II. Repúdio à discriminação de qualquer natureza.
 - III. Garantia da não reprodução de boatos e maledicências, utilizando o bom senso para desfazer mal-entendidos.
 - IV. Esforço para mitigar erros e suas conseqüências.
 - V. Utilização dos benefícios recebidos com responsabilidade e consciência.
 - VI. Prezar pela pontualidade e dedicação nos treinamentos oferecidos.

⁴ Organizações Não-Governamentais

⁵ Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público

- VII. Garantir o cuidado das instalações, recursos e equipamentos da empresa, controlando o uso de recursos com impacto ambiental.
- VIII. Utilização da integridade, diligência e fidelidade aos interesses do conglomerado.
- IX. Compromisso na obtenção de certificações necessárias ao cumprimento da profissão.
- X. Cautela com informações da empresa.
- XI. Valorização do trabalho em equipe.
- XII. Conhecimento das atividades e origem dos recursos de parceiros de negócios.
- XIII. Busca dos canais adequados para resolver conflitos com clientes e consumidores.
- XIV. Entrevistas realizadas sob orientação da assessoria de imprensa.
- XV. Gerenciamento das finanças pessoais com planejamento, prudência e responsabilidade.
- XVI. Discernimento na solicitação ou concessão de empréstimos entre colegas.
- XVII. Administração de conflitos de interesse buscando eficiência e transparência.

4.2.5.5 Gestão do Código: as diretrizes do Código de Ética fazem parte do Programa de Ética estabelecido pela Comissão Superior de Ética do conglomerado, que também avalia o cumprimento deste Código em todas as instâncias da Instituição. Esse gerenciamento acontece por meio da Consultoria de Ética Corporativa, ligada à área de pessoas.

4.2.6 Santander

4.2.6.1 Objetivo: servir de referência na atuação pessoal e profissional e contribuir para estabelecer um padrão de relacionamento respeitoso e transparente. Deve ser referência, ainda, para o cumprimento dos deveres legais e para a manutenção dos relacionamentos comerciais da empresa.

4.2.6.2 Abrangência: todos os funcionários das empresas integrantes do Santander.

4.2.6.3 Valores éticos: cidadania, dignidade, trabalho, respeito, lealdade, decoro, zelo, eficiência e consciência dos princípios do Santander.

4.2.6.4 Responsabilidades:

- a) Cumprimento da legislação e as normas internas da organização.
- b) Respeito aos interesses dos clientes.
- c) Aperfeiçoamento contínuo dos produtos e serviços do banco.
- d) Atendimento com qualidade.
- e) Busca dos melhores resultados, zelando pelos valores e reputação da empresa.
- f) Comprometimento com os objetivos da organização, utilizando-se da lealdade, eficácia e otimização de recursos.
- g) Zelo pelo aprimoramento pessoal e profissional.
- h) Promoção da concorrência justa nas contratações.
- i) Garantia de que práticas das empresas contratadas estejam em conformidade com o Código de Ética do Santander.
- j) Comunicação de situações que caracterizem discriminação, assédio ou intimidação ao público ou aos funcionários.
- k) Zelo pela segurança e higiene do local de trabalho.

- l) Comunicação ao superior hierárquico acerca do descumprimento do Código de Ética.
- m) Cumprimento dos compromissos assumidos com clientes, fornecedores, parceiros e colegas de trabalho.

4.2.6.5 Ética Profissional:

- a) Cumprimento das responsabilidades inerentes à função, observando as disposições legais e regulamentares aplicáveis.
- b) Ter em conta os objetivos da organização no exercício das atividades.
- c) Respeito à propriedade intelectual da empresa.
- d) Fomento e estímulo ao aperfeiçoamento da comunicação interna.
- e) Respeito à hierarquia, agindo com atenção, cortesia e lealdade.
- f) Comunicação de fatos ou informações importantes para a empresa.
- g) Vedação à participação dos funcionários em transações relacionadas com interesses pessoais ou familiares.
- h) Manutenção do adequado equilíbrio financeiro pessoal.
- i) Colaboração com autoridades, em conformidade com o dever de prevenir e evitar delitos financeiros.
- j) Foco e investigação das expectativas e grau de satisfação dos clientes.
- k) Observância da não-utilização de cargos de autoridade e influência para obtenção de vantagens pessoais ou para terceiros e recusa a ofertas que possam configurar-se como tal.
- l) Garantia de que os interesses pessoais não influenciem o trabalho realizado na organização.

- m) Observância às normas e procedimentos da empresa nas contratações e na venda de produtos aos clientes.
- n) Guarda do sigilo a respeito de informações da instituição, de clientes e fornecedores, abstendo-se de prestá-las a terceiros sem permissão da empresa.

4.2.6.6 Conflito de interesses:

- a) Vedação à prestação de serviços para outras organizações e à utilização de recursos da empresa em proveito pessoal ou de terceiros.
- b) Recusa de posições em que um parente possa influenciar ou afetar o trabalho.
- c) Não exercer, no ambiente de trabalho, atividades político-partidárias ou religiosas que possam interferir no bom andamento das atividades profissionais.
- d) Relacionamento com fornecedores de forma imparcial e objetiva.
- e) Abster-se de influenciar operações relacionadas a parentes ou afins.
- f) Observância aos padrões éticos da empresa ao presentear clientes e fornecedores e recusar presentes de valores superiores a US\$ 100,00, comunicando ao superior hierárquico o recebimento de algum presente com valor acima.
- g) Proibição de condicionar ou vincular a realização de uma operação a um produto ou serviço do banco.
- h) Investimentos Pessoais: proibição de uso de informações confidenciais obtidas em razão da atividade profissional para a realização de investimentos pessoais, devendo ser observadas as informações de domínio público exclusivamente.

4.2.6.7 Prevenção à lavagem de dinheiro:

- a) Conhecimento e aplicação das normas e procedimentos internos do Santander relacionados ao assunto.
- b) Comunicação imediata de toda operação que possa ser considerada suspeita.

4.2.6.8 Responsabilidade social: estímulo a que os funcionários se envolvam em atividades voluntárias de apoio à comunidade e de preservação do meio ambiente.

4.2.6.9 Desenvolvimento sustentável:

- a) Desenvolvimento de ações com transparência, buscando o lucro de forma responsável e de programas sociais que beneficiem as comunidades atendidas.
- b) Estimulo de iniciativas de voluntariado entre os colaboradores.
- c) Cumprimento dos requisitos da legislação ambiental, desenvolvendo programas internos de minimização dos impactos ambientais.
- d) Inserção de questões sociais e ambientais na análise de risco, considerando o meio ambiente e a sociedade no desenvolvimento de produtos e serviços.
- e) Disseminação de práticas de sustentabilidade voltadas ao público interno e externo.
- f) Promoção da diversidade no ambiente de trabalho.

4.2.6.10 Penalidades: qualquer violação pode resultar em ação disciplinar, inclusive a rescisão do contrato de trabalho por justa causa.

4.3 Análise comparativa dos Códigos de Ética

A análise comparativa dos Códigos de Ética dos seis bancos estudados leva em consideração os aspectos julgados mais relevantes, quais sejam: objetivos, abrangência, caracterização dos valores e princípios éticos, relacionamentos com clientes e colaboradores, compromisso com a liderança ética, preocupação com a prevenção à lavagem de dinheiro, responsabilidade socioambiental e desenvolvimento sustentável, gestão dos Códigos de Ética, penalidades por violação dos princípios de Ética, e conflitos de interesses.

4.3.1 Objetivos

No tocante aos objetivos dos Códigos e Ética, verifica-se que todos os bancos em questão, com exceção da Caixa Econômica Federal, registram nos seus Códigos o objetivo do documento, como parâmetro para o usuário final, em geral os funcionários da instituição. Apesar das pequenas especificidades, todos estes Códigos são apresentados como guias que indicam a conduta pessoal e profissional que é esperada de seus colaboradores.

Cabe ressaltar que o Citibank, em especial, não possui um Código de Ética geral, mas um Código de Conduta, nos mesmos moldes dos demais, porém um pouco mais abrangente. Possui, contudo, um Código de Ética específico para profissionais financeiros, cujo escopo está abarcado no presente estudo.

4.3.2 Abrangência

O público-alvo também não varia consideravelmente de um Código para outro, sendo que todos eles abrangem os funcionários do Conglomerado, inclusive subsidiárias em outros países, independentemente do nível hierárquico, e se estendem a outras pessoas que prestem serviços às organizações, por contratos ou acordos.

4.3.3 Valores e Princípios Éticos

Quando analisados os valores e princípios éticos que compõem e balizam as ações de conduta ética constantes dos Códigos estudados, pode-se observar que

há variações consideráveis entre eles, sendo que a característica peculiar é a quantidade de valores considerados e a forma com que estes são apresentados nos documentos. Bradesco, Banco do Brasil e Itaú/Unibanco trazem valores e princípios éticos. Enquanto que os demais, apenas um ou outro.

Verificou-se que nos seis Códigos são comuns os seguintes valores e princípios éticos:

- a) Respeito e valorização das pessoas (clientes, funcionários, prestadores de serviços, dentre outros).
- b) Respeito aos concorrentes.
- c) Compromisso com a segurança e qualidade das informações.
- d) Reconhecimento e respeito à diversidade de pessoas e de opiniões.
- e) Honestidade e transparência na comercialização de seus produtos e serviços.
- f) Responsabilidade socioambiental e com o desenvolvimento sustentável.

4.3.4 Relacionamentos com clientes e colaboradores

A exceção do Citibank, que não especifica questões afetas ao relacionamento com clientes e colaboradores, as organizações estudadas abordam a ética nos seus relacionamentos internos e externos considerando aspectos de transparência, cordialidade, confiança, idoneidade, comunicação clara e adequada, aversão a qualquer tipo de assédio ou preconceito, imparcialidade e objetividade.

4.3.5 Liderança ética

A conduta ética dos administradores, enquanto líderes nas organizações, é igualmente um aspecto encontrado de forma explícita apenas no Código de Ética do Bradesco. Os demais equiparam as responsabilidades éticas dos gestores às dos demais funcionários, na medida em que as abordam de forma geral, sem particularizações.

4.3.6 Sigilo de Informações e Prevenção a atos ilícitos e fraudulentos

Verifica-se ser padrão das instituições financeiras a inclusão, em seus Códigos de Ética, de aspectos relacionados ao sigilo das informações e à prevenção e combate à lavagem de dinheiro e outros atos fraudulentos. A confidencialidade das informações detidas pela organização é tratada em todos os documentos analisados, sendo que apenas Itaú/Unibanco e Santander abordam práticas de prevenção e controle de corrupção e atos ilícitos.

4.3.7 Responsabilidade Socioambiental e Desenvolvimento Sustentável

Esses temas são encontrados nos Códigos de Ética do Bradesco, Caixa e Santander, sendo que nos demais não há alusão ao assunto.

4.3.8 Gestão dos Códigos de Ética

A gestão dos Códigos de Ética é um assunto tratado com maiores detalhes apenas por Bradesco e Itaú/Unibanco. O Citibank, apesar de não explicitar o tema, prevê a necessidade de reporte imediato sobre possíveis violações do Código à área de Compliance da empresa.

4.3.9 Violação do Código

O estabelecimento de penalidades para os casos em que não houver observância aos princípios e determinações dos Códigos de Ética também é um aspecto verificado nos documentos do Bradesco, Caixa, Citibank e Santander. Dentre esses, apenas o primeiro e o último citam as penalidades previstas, que incluem ações disciplinares e rescisão do contrato de trabalho por justa causa.

4.3.10 Conflitos de Interesses

O tratamento das questões relacionadas a conflitos de interesse nos bancos analisados é uma constante em todos os seus Códigos de Ética, abarcando a

relação entre os interesses da empresa, dos funcionários e dos clientes, além dos demais colaboradores (parceiros, fornecedores etc.).

Os demais aspectos dos Códigos de Ética das instituições estudadas variam superficialmente, muito mais pela forma como estão apresentados, do que propriamente pelo destaque ou preponderância que possam representar. Os aspectos acima utilizados para a análise comparativa correspondem àqueles que conferem aos documentos as características mais importantes e o tom dado ao assunto pelas organizações.

4.4 Pesquisa complementar

Buscando complementar a análise comparativa dos Códigos de Ética, com vistas a auxiliar na identificação da influência que as questões éticas têm na sociedade, e especialmente na população bancarizada no Brasil, a pesquisa de campo realizada, conforme descrito no item 3 (Métodos e Técnicas de Pesquisa), mostrou a percepção do público em geral quanto ao comportamento ético dos bancos no Brasil e da importância que o assunto tem para os clientes.

Nas abordagens, foram feitas cinco perguntas, as quais já dispunham de opções para a escolha dos respondentes. Os resultados estão abaixo apresentados.

Pergunta 1

Qual, dentre os princípios éticos abaixo elencados, te incentivaria a abrir uma conta em um banco?

Opções:

- a) Valorização das pessoas (clientes e funcionários)
- b) Compromisso com a segurança e qualidade das informações
- c) Respeito à diversidade de pessoas e opiniões
- d) Honestidade e transparência na comercialização dos produtos e serviços
- e) Responsabilidade socioambiental e desenvolvimento sustentável

Resultado: a maioria (63 pessoas) considera que a honestidade e transparência na comercialização dos produtos e serviços é o fator mais importante para que lhes levem a abrir uma conta bancária.

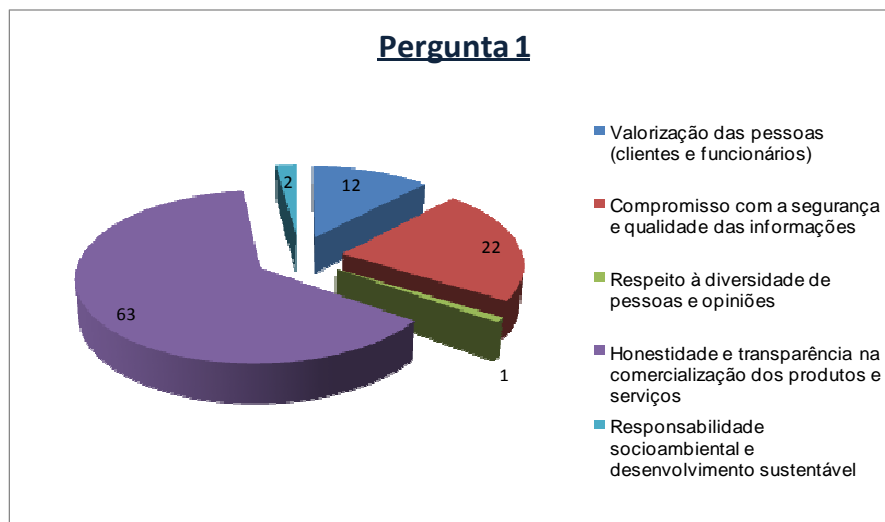


Figura 1 – Pesquisa de campo - Respostas da Pergunta 1
(gráfico elaborado pelo autor)

Pergunta 2

Você acha que o seu banco é ético?

Opções:

- a) Sim
- b) Não
- c) Não sabe

Resultado: a maioria (69 pessoas) considera que os bancos com os quais trabalham adotam uma conduta ética.

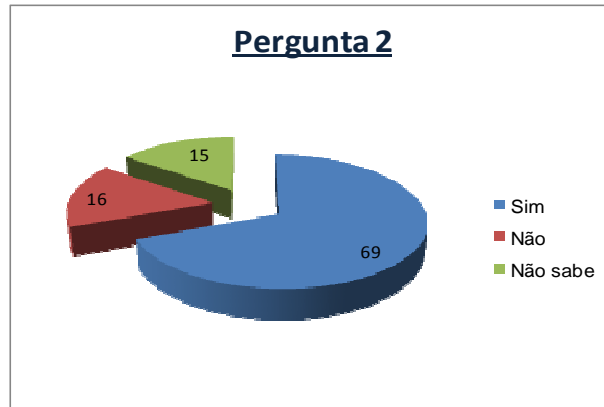


Figura 2 – Resultado da pesquisa – Pergunta 2
(gráfico elaborado pelo autor)

Pergunta 3

O que você faria se descobrisse que o seu banco não está observando os princípios éticos?

Opções:

- Faria uma denúncia aos órgãos competentes e encerraria a conta.
- Faria uma denúncia aos órgãos competentes, mas manteria a conta.
- Encerraria a conta.
- Não faria nada.

Resultado: a grande parte do respondentes (69 pessoas) faria denúncia aos órgãos competentes, mantendo (31 pessoas) ou não a conta corrente (38 pessoas).

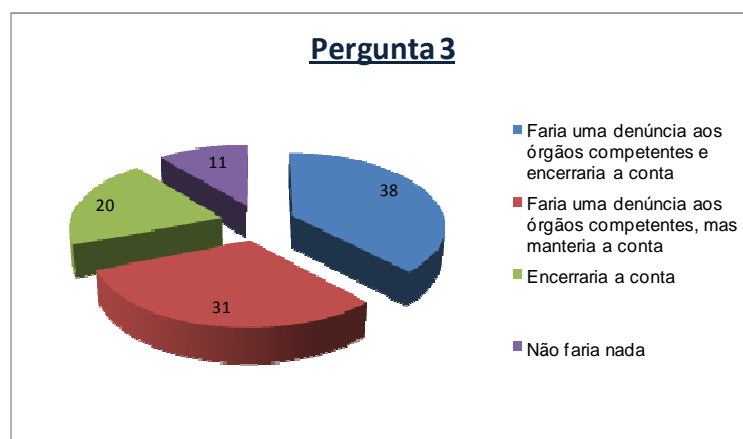


Figura 3 – Resultado da pesquisa – Pergunta 3
(gráfico elaborado pelo autor)

Pergunta 4

4a. Você acha importante que um banco tenha Código de Ética?

Opções:

- a) Sim
- b) Não

4b. Por quê?

Opções:

- a) Demonstra o compromisso da empresa com as questões éticas.
- b) Serve de guia para que os funcionários mantenham comportamento ético.
- c) É bom para a imagem da empresa.
- d) Representa a garantia de que a empresa conduz suas atividades dentro de princípios éticos.

Resultado: a quase totalidade (94 pessoas) considera importante que os bancos tenham Código de Ética. E grande parte deles (45 pessoas) julga importante porque demonstra o compromisso da empresa com as questões éticas. Para 32 pessoas, ter um Código de Ética representa a garantia de que a empresa conduz suas atividades dentro de princípios éticos.

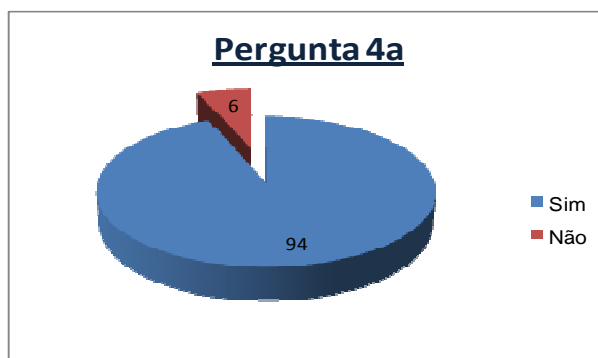


Figura 4 – Resultado da pesquisa – Pergunta 4a
(gráfico elaborado pelo autor)

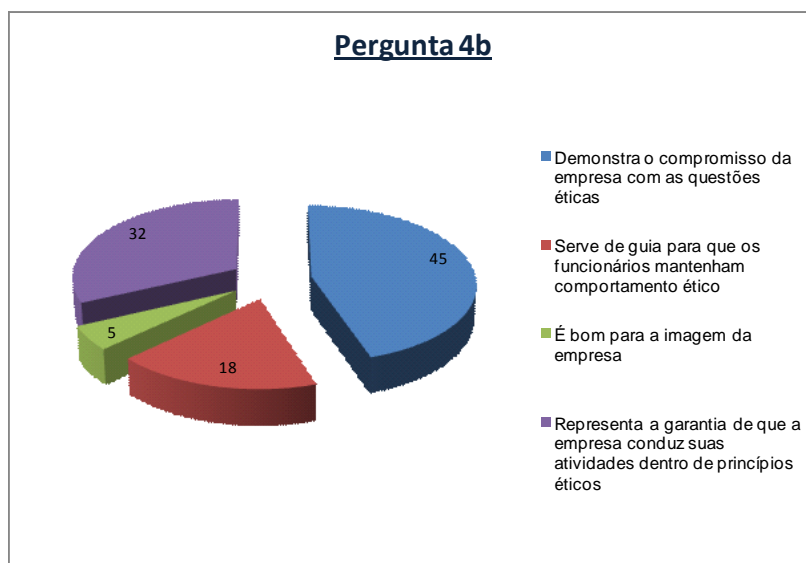


Figura 5 – Resultado da pesquisa – Pergunta 4b
(gráfico elaborado pelo autor)

Pergunta 5

Em sua opinião, qual é a pior coisa que pode acontecer a um banco que não observa princípios éticos?

Opções:

- a) Perda da confiança dos clientes e colaboradores.
- b) Redução da quantidade de clientes e diminuição das margens de lucro.
- c) Penalidades dos Órgãos competentes (multas e outras sanções).
- d) Danos à imagem da empresa.
- e) Perda de espaço para a concorrência.

Resultado: Para a metade das pessoas (50), a principal consequência para um banco que não observa princípios éticos é a perda da confiança dos clientes. E para outras 32 pessoas, a redução da quantidade de clientes e diminuição das margens de lucro também é um impacto grave para essas instituições.

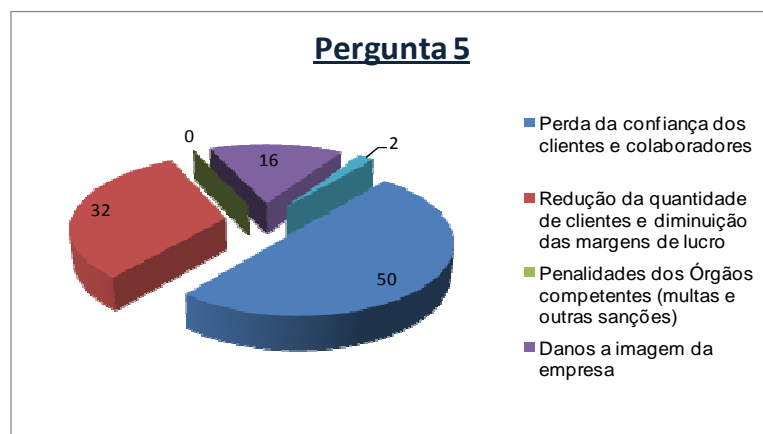


Figura 6 – Resultado da pesquisa – Pergunta 5
(gráfico elaborado pelo autor)

4.5 Apresentação dos resultados

Os resultados da análise comparativa dos Códigos de Ética demonstram que não há diferenças suficientemente relevantes no tocante à abrangência das questões éticas nos documentos estudados que pudessem sugerir que essas instituições concedam pouca ou inadequada atenção ao tema em seus âmbitos corporativos.

Pelo que se pode averiguar, tais diferenças são reflexos da Cultura Organizacional instituída em cada um dos bancos, e, no que merece ser destacado, resumem-se ao formato e à extensão dos documentos. Alguns Códigos contêm com uma estrutura mais elaborada e assuntos distribuídos de forma objetiva, enquanto outros têm predominância de textos longos e mais explicativos. No tocante à extensão, vê-se que alguns documentos possuem alto grau de detalhamento dos assuntos, como é o caso do Citibank, e outros trazem uma abordagem extremamente simplificada, como por exemplo o da Caixa Econômica Federal.

Apesar das especificidades dos Códigos, o tratamento às questões éticas nas organizações em questão é bastante abrangente e obedece a um padrão similar, com princípios e valores éticos comuns, demonstrando a preocupação que essas empresas dispensam ao assunto e a importância que dão ao cumprimento das normas de conduta ética internamente.

Verifica-se que essas organizações utilizam-se dos Códigos de Ética como instrumentos de orientação para a conduta ética e moral de todos aqueles agentes intervenientes das atividades desenvolvidas pelas empresas, e que têm, em algum nível, participação ativa no processo de interação com o mercado, com os clientes ou com os investidores. Tais agentes abrangem os funcionários, os parceiros e os demais colaboradores, em geral fornecedores de serviços terceirizados.

A esse respeito, é importante ressaltar que as normas de conduta ética para funcionários incluem todos os níveis da organização, sem separação ou exceções aos cargos da alta administração. Esta característica permite inferir que há, dentro das instituições, o pleno entendimento da necessidade e da importância de que a ética seja o balizador das ações de cada um dos funcionários, e que o papel do gestor, na condição de líder e orientador desse processo é fundamental para a disseminação e fixação da cultura ética corporativa em todos os seus níveis.

Adicionalmente, identifica-se também comum entre todos os Códigos analisados a ênfase dada à valorização das pessoas (funcionários, clientes, acionistas, prestadores de serviços, e outros colaboradores) em todos os aspectos do relacionamento com as organizações, o que permite confirmar uma tendência cada vez maior entre as instituições financeiras de se colocar as pessoas como fatores primordiais das suas estratégias corporativas.

Essa postura de valorização das pessoas está amplamente relacionada à preocupação com a imagem da empresa no ambiente em que está inserida, visto que, qualquer abalo nesse aspecto traz consequências negativas que não se restringem ao contexto financeiro, mas principalmente à confiança e ao grau de fidelização dos clientes.

Em um ambiente concorrencial como o Brasil, em que há grande número de instituições financeiras oferecendo produtos e serviços similares, o reforço do relacionamento dos bancos com seus clientes torna-se um desafio a ser vencido constantemente. Por esta razão, prejuízos de imagem podem colocar em risco os negócios e a própria sustentabilidade da empresa em médio e longo prazos.

Outro tópico igualmente abordado por três dos bancos analisados é o compromisso das instituições financeiras com o desenvolvimento sustentável das comunidades em que estão inseridos e com a preservação do meio ambiente,

levando as empresas a preterir, muitas vezes, negócios que não sejam considerados sustentáveis econômico, social e ambientalmente.

Tal atitude pode ser considerada um reflexo do posicionamento cada vez mais forte e disseminado das instituições financeiras em colaborar e promover a responsabilidade socioambiental, reforçando, inclusive, as próprias políticas e iniciativas governamentais nesse sentido. Assim, ganham significativo e importante reforço de suas imagens perante a sociedade, que igualmente tem elevado o grau de seu comprometimento com tais questões.

Apesar de ser uma conduta padronizada em instituições financeiras, a abordagem do resguardo do sigilo de informações e de ações relacionadas à prevenção e combate a atos ilícitos merece ser destacada em função da correlação que se pode verificar entre esses temas e a ética, ficando evidente que os princípios éticos não ficam restritos aos Códigos de Ética, mas formam também a base sobre a qual são estabelecidas as Políticas das empresas. Daí pode-se inferir que os demais documentos de governança corporativa sejam elaborados com base nos princípios e valores éticos, atuando como a linha mestra que orienta as atividades dos bancos.

Complementando a análise comparativa dos Códigos de Ética, a pesquisa de campo reforça o entendimento de que a responsabilidade das instituições financeiras com relação a uma atuação baseada na ética é algo esperado e cobrado pelos clientes. Pode-se tomar como um exemplo disso o fato de que 50% das pessoas abordadas consideram que a perda de confiança dos clientes é o pior impacto que um banco não-ético poderia receber.

Pensando nisso, pode-se inferir também que é na confiança dos clientes que reside a base de sustentação dos negócios e da imagem dos bancos, fato que se justifica pela ênfase dada pelas empresas às pessoas, conforme observado na análise comparativa dos Códigos de Ética.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Quaisquer conclusões a que se chegue sobre a condução dos princípios e valores éticos nas organizações passam pela premissa de Rosansky (1994) de que o estudo da ética no meio empresarial não pode evoluir sem considerar a distinção entre as dimensões moral e ética, uma vez que a primeira se caracteriza como um ato individual e a segunda como um princípio organizacional.

Como um mecanismo de influências recíprocas no qual a moral constitui-se na matéria de reflexão da ética (VASQUEZ, 2002), esses dois aspectos são percebidos como direcionadores da conduta profissional e pessoal esperada e cobrada dos funcionários, parceiros e colaboradores no âmbito dos bancos analisados. Os seus Códigos de Ética bem refletem essa relação à medida que os utilizam como instrumentos para balizar a conduta empresarial não apenas sob os aspectos éticos, mas intrinsecamente sob os aspectos morais.

No âmbito dos bancos estudados, a preocupação com as questões éticas, evidenciada nos seus Códigos de Ética, encontra respaldo no que afirmam Robertson, Crittenden, Brady & Hoffman (2002), de que o desenvolvimento de tecnologias inovadoras de processamento de informações e comunicação e o aumento significativo dos fluxos de comércio internacional dos últimos anos têm tornado a dimensão ética da atividade empresarial uma das principais preocupações de gestores, políticos, pesquisadores e da sociedade em geral.

A abordagem do tema “Ética” nas organizações estudadas reflete também o conceito dado por Rosansky (1994), que a caracteriza como *“uma tentativa de sistematizar as noções correntes de certo e errado, com base em algum princípio básico”*. Pelos seus Códigos de Ética, pode-se verificar que todos eles objetivam apresentar aos seus públicos-alvo as ações de conduta consideradas adequadas e as que devem ser evitadas, tomando-se por base diversos princípios e valores éticos.

Nessa linha, observa-se que tais princípios e valores incorporados pelas organizações em questão guardam alinhamento com aqueles listados por Aguilar (1996), quais sejam: respeito pela dignidade humana, honestidade, integridade,

confiabilidade e retidão, personificação da cortesia em suas atitudes e palavras, lealdade e equilíbrio para com os grupos associados à empresa (clientes, consumidores, colaboradores, administradores etc.).

No tocante aos impactos causados pela conduta ética à imagem das organizações na sociedade, e às conseqüências que daí advém, dois autores resumem bem o que se averiguou com a aplicação dos questionários sobre ética. Rosini (2003, p.147) afirma que “[...] *nas atuais economias nacionais e globais, as práticas empresariais dos administradores afetam a imagem da empresa para a qual trabalham*” e Singhapakdi (2001) considera que ética e responsabilidade social devem ter um impacto positivo no sucesso de uma organização, porque os consumidores fazem julgamentos éticos que influenciam suas compras. Dessa forma, fica explícito que o sucesso das organizações nos mercados nacionais e internacionais, necessita de uma sólida reputação de comportamento ético.

Tal conclusão encontra respaldo na verificação de Ruf, Muralidhar, Brown, Janney & Paul (2001), na qual confirmam que o desempenho social da organização espelhará o comportamento ético dos seus dirigentes, refletindo a boa ou má prática empresarial e afetando os resultados financeiros e a sustentabilidade da empresa, o que pode ser averiguado na pesquisa de campo realizada.

Além disso, diversos autores apontam a tendência dos consumidores em valorizar empresas socialmente responsáveis, o que pode influenciar positivamente seu comportamento no momento de escolher um produto/serviço, ou negativamente, caso a empresa seja considerada antiética.

Isso ficou evidente na pesquisa realizada junto ao público, onde a maioria das pessoas afirma que encerrariam suas contas caso descobrissem que os bancos com os quais trabalham adotam condutas antiéticas, apontando também a perda da confiança dos clientes e colaboradores como a principal conseqüência negativa que tal comportamento poderia causar a um banco.

Confirmou-se a premissa de Luce, Barber e Hillman (2001) de que a tolerância a abusos de poder ou a exploração inadequada de recursos torna-se cada vez menor e a competitividade do mercado permeia também o alcance social e ambiental dos seus resultados e da sua atividade.

Há que se levar em conta também a diversidade cultural brasileira, inclusive a cultura empresarial, onde bem cabe a análise de Srour (2000), que aponta tal diversidade como um fator impulsionador para que as empresas se empenhem em alinhar os princípios éticos de profissionalismo, imparcialidade, credibilidade e transparência com o oportunismo, o jeitinho, a tendência de se levar vantagens nas situações em benefício de interesses individuais, pois estas são, em última análise, características culturais da sociedade brasileira.

Tal realidade traz a necessidade premente e contínua de se garantir, no âmbito das organizações, e particularmente dos bancos aqui estudados, que a conduta ética seja praticada e que os valores e princípios que a permeiam se reflitam nas suas atividades, chegando aos seus destinatários finais (consumidores, principalmente) com todos os benefícios que lhes são intrínsecos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUILLAR, Francis J. **Maximizando resultados através de uma conduta ética nos negócios**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

ANDRADE, R.; ALYRIO, R.; MACEDO, M. **Princípios de Negociação: Ferramentas de Gestão**. São Paulo: Atlas, 2004.

BARNETT, T.; VAICYS, C. **The moderating effect of individuals perceptions of ethical work climate on ethical judgments and behavioral intentions**. *Journal of Business Ethics* (2000), 27(4), 351-362.

BERENBEIM, R.E. **Global corporate ethics practices: a developing consensus**. Research Report 1243-rr. The Conference Board, [SI], 1999.

BROWN, T. J; DACIN, P. A. **The company and the product: Corporate Associations and Consumer Product Responses**. *Journal of Marketing*, Vol. 61, p. 68-84, 1997.

COASE, R.H. **The nature of the firm**. *Economica*, v4, p. 386-405, 1937.

COASE, R.H. **The institutional structure of production**. Stockholm: Alfred Nobel Memorial Proze Lecture in Economic Sciences, 1991.

CREYER, Elizabeth H.; ROSS JR, William T. **The Influence of Firm Behavior on Purchase Intention: Do Consumers Really Care About Business Ethics?** *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 14, No. 6, p. 421-432, 1997.

DESHPANDE, S. **Ethical climate and the link between success and ethical behavior: an empirical investigation of non-profit organization**. *Journal of Business Ethics* (1996), 16(1), 79-85.

ENRIQUEZ, E. Prefácio. In: DAVEL, E.; VASCONCELOS, J. (Org.). **“Recursos” humanos e subjetividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

ENRIQUEZ, E. **Os desafios éticos nas organizações modernas**. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, v. 37, nr. 2, p. 6-17, abr-jun, 1997.

FARIA, J. H. de. **Ética, moral e democracia: os paradoxos da prática organizacional**. Lisboa: Comportamento e Gestão organizacional. Universidade Técnica de Lisboa, 2001.

FRIETZSCHE, D. **Ethical climates and the ethical dimensions of decision making**. Journal of Business Ethics (2000), 24(2), 125-140.

GOUVÊA, R.Q. **Ética e Cidadania – A busca humana por valores solidários. Um olhar sobre Ética e Cidadania** – Coleção Reflexão Acadêmica, São Paulo, p. 9-29, Editora Mackenzie, 2002.

HOFFMAN, J.; COUCH, G.; LAMONT, B. **The effect of firm profit versus personal economic well being on the level of ethical responses given by managers**. Journal of Business Ethics (1998), 17(3), 239-244.

JESSOP, B. **State theory: putting the capitalist state in its place**. 2a. ed. Cambridge: Polity Press, 1996.

KOHLBERG, L. **Stage and sequence: the cognitive-developmental approach of socialization**. In D. Goslin (Org.). Handbook of socialization theory and research (p. 347-480). New York: Rand McNally, 1969.

LEWIS, A.; WÄRNERYD, K-E. **The longstanding interest in business ethics**. In: LEWIS, A.; WÄRNERYD, K-E. Ethics and economic affairs. London: Routledge, 1994.

LUCE, R.; BARBER, A.; HILLMAN, A. **Good deeds and misdeeds: a mediated model of the effect of corporate social performance on organizational attractiveness**. Business and Society 2001, 40(4), 397-415.

LUKÁCS, G. **História e consciência de classe**. Porto, Publicações Escorpião, 1974.

MOHR, Lois A.; WEBB, Deborah J.; HARRIS, Katherine E. (2001) **“Do Consumers Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behavior”**. The Journal of Consumer Affairs, Vol. 35, No. 1, p. 45-72.

MONTEIRO, Janine. Kieling; ESPIRITO SANTO, Fabiana Cobas do; BONACINA, Franciela. **Valores, Ética e Julgamento Moral**. In: Psicologia: Reflexão e Crítica, 2005, p. 237-246.

MOON, C.; WOOLLIAMS, P. **Managing cross-cultural business ethics**. Journal of Business Ethics, 2000, 27(1-2), 105-115.

MURRAY, Keith; VOGEL, Christine M. **Using a Hierarchy-of-Effects Approach to Gauge the Effectiveness of Corporate Social Responsibility to Generate Goodwill Toward the Firm: Financial Versus Nonfinancial Impacts**. Journal of Business Research, Vol. 38, p. 141-159, 1997.

NORTH, D.C. **Institutions, institutional change and economic performance**. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

PASSOS, E. **Ética nas Organizações**, São Paulo, Editora Atlas, 2004.

PETERSON, D. **The relationship between unethical behavior and the dimensions of the ethical climate questionnaire**. Journal of Business Ethics, 2002, 41(4), 313-326.

PIAGET, J. **The moral judgment of the child**. New York: Free Press, 1932.

PRIEM, R.; SHAFFER, M. **Resolving moral dilemmas in business: a multicountry study**. Business and Society, 2001, 40(2), 197-219.

RIOS, T. A. **Ética e Competência**. 9ª. Ed. São Paulo: Cortez, 2000.

ROBERTSON, C.J.; CRITTENDEN, W.; BRADY, M.K.; HOFFMAN, J.J. **Situational ethics across borders: a multicultural examination**. Journal of Business Ethics, 2002, 38(4), 327-338.

ROSANSKY, L. M. H. – **Moral and ethical dimensions of managing a multinational business**. In: LEWIS, A.; WÄRNERYD, K-E. Ethics and economic affairs. London: Routledge, 1994.

ROSINI, A.M. **Administração de Sistemas de Informação e a Gestão do Conhecimento**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

RUF, B.; MURALIDHAR, K.; BROWN, R.; JANNEY, J.; PAUL, K. **Empirical investigation of the relationship between change in corporate social performance and financial performance: a stakeholder theory perspective**. Journal of Business Ethics, 2001, 32(2), 143-156.

SEN, Sankar; BHATTACHARYA, C. B. **Dies Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility.** Journal of Marketing Research, Vol. 38, p. 225-243, 2001.

SERPA, Daniela A. F.; FOURNEAU, Lucelena F. **O Consumidor Ético Brasileiro: Realidade ou Ficção?** Anais do XVII Congresso Latino-Americano de Estratégia, Santa Catarina, 2004.

SIMON, H. **Decision and organization.** New York: American Elsevier, 1947.

SINGHAPAKDI, Anusorn; KARANDE, Kiran; RAO, C. P.; VITELL, Scott J. **How Important are Ethics and Social Responsibility? A Multinational Study of Marketing Professionals.** European Journal of Marketing, Vol. 35, No. ½, p. 133-152, 2001.

SROUR, Robert Henry. **Ética Empresarial.** Rio de Janeiro: Campus, 2000.

SROUR, R. H. **Poder, Cultura e Ética nas Organizações.** Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2000.

SROUR, R. **Ética Empresarial – A Gestão da Reputação.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

VASQUEZ, A. **Ética.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.

VICTOR, B.; CULLEN, J. **The organizational bases of ethical work climate.** Administrative Science Quarterly, 1988, 33(1), 101-125.

WALTON, Eric J.; DAWSON, Sarah. **Managers Perceptions of Criteria of Organizational Effectiveness.** Journal of Management Studies, Vol. 38, Issue 2, p. 173-200, 2001.

WILLIAMSON, O. **The economic institutions of capitalism.** New York: The Free Press, 1975.

WILLIAMSON, O. **The mechanisms of governance.** Oxford: Oxford University Press, 1996.

WIMBUSH, J.; MARKHAM, S. **An empirical examination of the relationship between ethical climate and ethical behavior from multiple levels of analysis.** Journal of Business Ethics, 1997, 16(6), 1705-1716.

WOOD, Donna J. **Corporate Social Performance Revisited.** Academy of Management Review, Vol. 16, No. 691-718, 1991.

WYLD, D.; JONES, C. **The Importance of Context: the ethical work climate construct and models of ethical decision making – an agenda for research.** Journal of Business Ethics, 1997, 16(4), 465-472.

ZOBOLI, Elma Campos Pavoni. **A Ética nas Organizações.** São Paulo: Instituto Ethos, Reflexão ano 2, No. 4, março 2001.

Sites da Internet

Banco Central do Brasil. Disponível em www.bcb.gov.br. Acesso em: 31/03/2011

Banco do Brasil. Disponível em www.bb.com.br. Acesso em: 28/03/2011

Bradesco. Disponível em www.bradesco.com.br. Acesso em: 28/03/2011

Caixa Econômica Federal. Disponível em www.caixa.gov.br. Acesso em: 28/03/2011

Citibank. Disponível em www.citibank.com.br. Acesso em: 28/03/2011

CURADO, M. T. **Gerir para o 3o. milênio: AS 8000 - da qualidade total à qualidade social.** Seminário sobre redução de custos de construção. Sinduscon – PR – Universidade Federal do Paraná, 2000. Disponível em <http://www.curado.com.htm>. Acesso em: 20/04/2010

CYRINO, Álvaro. **O que restou dos destroços da Enron: As lições do Fracasso.** Disponível em <http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0766/gestao/m0043490.html>. Acesso em: 02/05/2010

Itaú/Unibanco. Disponível em www.itaubank.com.br. Acesso em: 28/03/2011

Santander. Disponível em www.santander.com.br. Acesso em: 28/03/2011

SOLOMON, Robert. **A Ética Empresarial**. Disponível em <http://mestreclaudio.pro.br/bd.php?ss=12&id=431>. Acesso em: 10/05/2010

APÊNDICES

Apêndice A - Questionário aplicado na pesquisa de campo

Questionário sobre Ética		
Informações do entrevistado:		
Sexo:	Homem	()
	Mulher	()
Idade:		
Possui conta corrente ativa?	Sim	()
	Não	()
Perguntas:		
1. Qual, dentre os princípios éticos abaixo elencados, te incentivaria a abrir uma conta em um banco?		
a) Valorização das pessoas (clientes e funcionários)		()
b) Compromisso com a segurança e qualidade das informações		()
c) Respeito à diversidade de pessoas e opiniões		()
d) Honestidade e transparência na comercialização dos produtos e serviços		()
e) Responsabilidade socioambiental e desenvolvimento sustentável		()
2. Você acha que o seu banco é ético?		
a) Sim		()
b) Não		()
c) Não sabe		()
3. O que você faria se descobrisse que o seu banco não está observando os princípios éticos?		
a) Faria uma denúncia aos órgãos competentes e encerraria a conta		()
b) Faria uma denúncia aos órgãos competentes, mas manteria a conta		()
c) Encerraria a conta		()
d) Não faria nada		()
4a. Você acha importante que um banco tenha Código de Ética?		
a) Sim		()
b) Não		()
4b. Por quê?		
a) Demonstra o compromisso da empresa com as questões éticas		()
b) Serve de guia para que os funcionários mantenham comportamento ético		()
c) É bom para a imagem da empresa		()
d) Representa a garantia de que a empresa conduz suas atividades dentro de princípios éticos		()
5. Em sua opinião, qual é a pior coisa que pode acontecer a um banco que não observa princípios éticos?		
a) Perda da confiança dos clientes e colaboradores		()
b) Redução da quantidade de clientes e diminuição das margens de lucro		()
c) Penalidades dos Órgãos competentes (multas e outras sanções)		()
d) Danos à imagem da empresa		()
e) Perda de espaço para a concorrência		()

ANEXOS

Anexo A – Código de Ética do Banco Bradesco



Código de Conduta Ética da Organização Bradesco

30.10.2008



Caros Colaboradores,

O regime da livre iniciativa e concorrência impõe às empresas, seus representantes, prepostos e funcionários conduzirem-se dentro de um ambiente de respeito e entendimento, zelando para que toda e qualquer forma de relacionamento, interno ou externo, enalteça a dignidade das pessoas, preserve a lealdade e assegure transparência, indispensáveis à coexistência dos sentimentos de confiança e de boa-fé.

Desde o início das atividades da Organização, sempre prestigiando o diálogo e a força do trabalho, conseguimos conquistar a admiração de nossos clientes e parceiros, resultado da firmeza das nossas ações e seriedade que devotamos ao trabalho.

Estamos ampliando constantemente o nosso universo de clientes e parceiros, atraídos pela certeza de que na Organização há respeito à ética e à dignidade das pessoas.

A reflexão sobre esse importante assunto, em suas mais variadas formas, conta com o comprometimento do Conselho de Administração, que expressa, por meio deste **Código de Conduta Ética da Organização Bradesco**, as linhas mestras que orientam a nossa política de relacionamento, desempenhando papel fundamental no processo de fortalecimento da cultura da Organização.

Assim, é dever de todos conhecer, entender, vivenciar e tornar efetiva a observância das recomendações previstas neste Código de Conduta Ética, respeitando os valores nos quais elas se inspiram.

Banco Bradesco S.A.

Lázaro de Mello Brandão
Presidente do Conselho de Administração

Luiz Carlos Trabuco Cappi
Diretor-Presidente

Sumário

	Página
1. APRESENTAÇÃO	4
1.1. Objetivo	4
1.2. Abrangência	4
2. VALORES E PRINCÍPIOS ÉTICOS	4
2.1. Valores	4
2.2. Princípios	5
2.2.1. Integridade	5
Conflito de Interesses	5
2.2.2. Equidade	5
2.2.3. Compromisso com a Informação	5
a) Informação Privilegiada	5
b) Proteção dos ativos de informação	6
c) Exatidão das Informações e dos Relatórios da Organização	6
2.2.4. Valorização das Pessoas	6
a) Deveres para o exercício de cargo ou função	6
b) Ambiente de Trabalho	7
2.2.5. Relacionamentos Construtivos	7
a) Clientes	7
b) Acionistas e Investidores	7
c) Fornecedores de Produtos e Serviços e Parceiros de Negócios	7
d) Órgãos Governamentais e Reguladores	7
e) Imprensa	8
f) Comunidades e Meio Ambiente	8
g) Associações e Entidades de Classe	9
h) Atividades Político-Partidárias	9
2.2.6. Liderança Responsável	9
3. GESTÃO DO CÓDIGO	10
3.1. Comitê de Conduta Ética	10
3.2. Procedimentos perante dúvidas, situações conflitantes ou ações contrárias aos princípios deste Código de Conduta Ética	10
3.3. Violações aos Códigos de Conduta Ética, às políticas e normas da Organização Bradesco	10
4. Termo de responsabilidade e compromisso com as recomendações do Código de Conduta Ética da Organização Bradesco	12

1. APRESENTAÇÃO

1.1. Objetivo

A finalidade deste Código de Conduta Ética é servir como Guia Prático de Conduta Pessoal e Profissional, a ser utilizado por todos os Colaboradores da Organização Bradesco em suas interações e decisões diárias, mediante a aplicação das seguintes premissas:

- a) Valorização do trabalho.
- b) Visão conjunta de todas as atividades exercidas, com vistas à melhoria de resultados.
- c) Ênfase na importância e necessidade de contínuo aprimoramento cultural e profissional de todos os envolvidos.
- d) Incentivo ao relacionamento construtivo e à valorização da confiança nas relações internas e externas.
- e) Pioneirismo em tecnologia e soluções para os clientes.
- f) Determinação e preparo para enfrentar os diferentes ciclos econômicos e a dinâmica das mudanças socioambientais.
- g) Servir de referência para a avaliação de eventuais violações aos princípios aqui consagrados.

1.2. Abrangência

Aplica-se a todos os administradores, funcionários, parceiros de negócios, fornecedores e prestadores de serviços da Organização, sociedades controladoras, controladas e sob mesmo controle, direta ou indiretamente, e quando aplicável, a entidades sem fins lucrativos geridas por administradores ou funcionários nomeados ou cedidos por Empresas integrantes da Organização.

2. VALORES E PRINCÍPIOS ÉTICOS

Todos os Colaboradores da Organização Bradesco devem seguir os padrões éticos pelos quais são incentivados e responsabilizados, regidos pelos valores e princípios abaixo.

2.1. Valores

- a) Cliente como razão da existência da Organização.
- b) Transparência em todos os relacionamentos internos e externos.
- c) Respeito à concorrência.
- d) Crença no valor e na capacidade de desenvolvimento das pessoas.
- e) Respeito à dignidade e diversidade do ser humano.
- f) Responsabilidade socioambiental, com promoção e incentivo de ações para o desenvolvimento sustentável.
- g) Compromisso com a melhoria contínua da qualidade do atendimento, de produtos e de serviços.

2.2. Princípios

2.2.1. Integridade

Integridade significa a qualidade de inteireza, de conduta reta e imparcial, cuja natureza de ação nos dá uma imagem de honestidade. Significa também o respeito integral às leis do País e às normas que regem as atividades de nosso setor e de nossa Organização.

Conflito de Interesses

O conflito de interesses ocorre quando existe a possibilidade de confronto direto ou indireto entre os interesses pessoais de colaboradores e os da Organização, que possam comprometer ou influenciar de maneira indevida o desempenho de suas atribuições e responsabilidades. O interesse é caracterizado por toda e qualquer vantagem material em favor próprio ou de terceiros (parentes, amigos etc.) com os quais temos ou tivemos relações pessoais, comerciais ou políticas. Diante desses conflitos, o colaborador deverá posicionar seu superior imediato para que este tome a decisão cabível, sempre zelando pelo patrimônio da Organização, de seus clientes, acionistas, investidores e demais partes relacionadas.

Devemos recusar presentes, vantagens pecuniárias ou materiais, de quem quer que seja, que possam representar relacionamento impróprio ou prejuízo financeiro ou de reputação para a Organização.

2.2.2. Equidade

Equidade pressupõe o conceito de uma justiça fundada na igualdade de direitos, ou seja, é uma justiça natural com disposição para reconhecer imparcialmente o direito de cada um.

Esse princípio se materializa pela preservação da individualidade e privacidade, não admitindo a prática de quaisquer atos discriminatórios, tais como por origem, condição social, posição hierárquica, grau de escolaridade, religião, crença ou filosofia de vida, deficiência, cor, raça, sexo, estado civil, situação familiar, ideologia política ou associação com entidades de classe.

2.2.3. Compromisso com a Informação

Uma Organização comprometida com a informação é a que vai além das obrigações legais e estatutárias. É aquela que é aberta à comunicação, ao diálogo e à busca de soluções para os problemas que afetam seus clientes, acionistas, investidores, colaboradores, os seus negócios, o meio ambiente e, enfim, toda a sociedade.

a) Informação Privilegiada

Considera-se informação privilegiada aquela informação relativa a atos ou fatos relevantes até que sejam divulgados aos órgãos reguladores, às Bolsas de Valores ou outras entidades similares e, simultaneamente, aos acionistas e investidores em geral, por meio de ampla disseminação e publicação dessas informações pelos órgãos da imprensa.

Com base nisso, os colaboradores que em função de suas atividades tenham acesso a "informação privilegiada", devem cumprir rigorosamente as políticas de divulgação de ato ou fato relevante e de negociação de valores mobiliários de emissão do Banco Bradesco S.A., aprovadas pelo Conselho de Administração do Banco.

b) Proteção dos ativos de informação

Na utilização de ativos de informação, como as bases de dados, arquivos, documentações, manuais, materiais de treinamento, procedimentos operacionais e de suporte, planos de continuidade de negócios etc., sejam eles tangíveis ou intangíveis, intelectuais, eletrônicos ou de investimentos, devemos:

- i) respeitar a propriedade intelectual, própria e de terceiros que estejam em nosso poder, sempre atentando para a ética e para a legislação aplicável. Todos os dados, informações, materiais e inventos desenvolvidos internamente em função da relação de trabalho são de uso exclusivo e de propriedade da Organização;
- ii) estabelecer efetivo programa de proteção dos ativos de informação da Organização e de terceiros, mediante a adoção da Política Corporativa de Segurança da Informação, sustentada por diretrizes de segurança, normas, procedimentos corporativos e melhores práticas adotadas pelo mercado;
- iii) respeitar e salvaguardar o sigilo dos dados e informações que nos são confiados, com o compromisso de protegê-los e tratá-los, garantindo sua integridade, confidencialidade e disponibilidade; e
- iv) mitigar os riscos inerentes aos ativos de informação, empreendendo ações de conscientização em Segurança da Informação, voltadas a todos os abrangidos pelo presente Código.

c) Exatidão das Informações e dos Relatórios da Organização

Temos o dever de manter todos os registros e relatórios de maneira adequada e em conformidade com as leis aplicáveis. Todas as informações constantes de nossos relatórios devem ser consignadas de maneira precisa e completa, dotadas do grau de detalhamento necessário que reflita a transparência das operações das Empresas integrantes da Organização.

As demonstrações financeiras serão sempre elaboradas em consonância com a lei e com os princípios fundamentais de contabilidade, de maneira a representar adequadamente a situação financeira da Organização.

2.2.4. Valorização das Pessoas**a) Deveres para o exercício de cargo ou função:**

- i) consciência da responsabilidade de nossas funções e de que não devemos utilizá-las em benefício próprio ou de terceiros;
- ii) o mérito como principal fator de avaliação dos funcionários da Organização; e
- iii) respeito e proteção à privacidade e confidencialidade das informações dos colaboradores.

b) Ambiente de Trabalho

Faz parte da cultura organizacional oferecer:

- i) oportunidades de crescimento profissional; e
- ii) ambiente seguro e saudável, com liberdade de expressão e respeito à integridade e à privacidade das pessoas.

2.2.5. Relacionamentos Construtivos**a) Clientes**

Sem conduta ética como fundamento, não há relação cliente-empresa que pretenda ser duradoura, especialmente num mercado competitivo.

Por isso, devemos identificar as necessidades dos clientes, para poder satisfazê-las, em consonância com os objetivos de segurança, qualidade e rentabilidade, usando, além da cortesia e presteza, os seguintes padrões de conduta:

- i) transparência nas operações realizadas;
- ii) receptividade e tratamento adequado das sugestões e críticas recebidas;
- iii) atendimento eficaz; e
- iv) confidencialidade das informações recebidas em razão de relações comerciais.

b) Acionistas e Investidores

No relacionamento com acionistas e investidores é nosso dever observar fielmente as diretrizes constantes nas políticas de divulgação de ato ou fato relevante e de negociação de valores mobiliários de emissão do Banco Bradesco S.A., aprovadas pelo Conselho de Administração do Banco.

Tanto a distribuição de resultados quanto a divulgação de informações deverão ser feitas de forma absolutamente simétrica, sem criar privilégios.

c) Fornecedores de Produtos e Serviços e Parceiros de Negócios

Devemos contratar fornecedores e estabelecer relações de negócios com parceiros que operem com padrões éticos compatíveis com os nossos, mediante rigoroso processo de seleção, e não transacionar com aqueles que, comprovadamente, desrespeitem disposições de nosso Código.

d) Órgãos Governamentais e Reguladores

Devemos coibir qualquer concessão de vantagem ou privilégio a agentes públicos.

Devemos zelar pelo cumprimento de nossas políticas, normas e rígidos controles de prevenção e combate à lavagem de dinheiro, ao financiamento ao terrorismo e a atos ilícitos de qualquer natureza, em estrito cumprimento das leis aplicáveis ao assunto e consoante às melhores práticas nacionais ou internacionais, nos locais onde forem aplicáveis.

e) Imprensa

Nosso relacionamento deve ser pautado pela transparência, credibilidade e confiança, observando sempre os valores éticos em nossa estratégia de *marketing*. Nossos representantes, quando autorizados a se manifestar em nome da Organização, devem expressar sempre o ponto de vista institucional.

f) Comunidades e Meio Ambiente

Devemos apoiar e fomentar iniciativas para a formação e valorização da cidadania, erradicação da pobreza e redução das desigualdades sociais, por meio de ações e projetos prioritariamente voltados à educação.

Devemos repudiar qualquer forma de exploração das pessoas pelo trabalho, quer seja ele compulsório, forçado ou escravo e, em especial, o infantil.

Na criação de produtos e serviços, assim como na concessão de crédito, devemos observar o princípio da responsabilidade socioambiental, com o objetivo de minimizar qualquer impacto negativo, direto ou indireto, nas condições de vida das comunidades e no meio ambiente.

Devemos ter o firme compromisso de praticar, incentivar e valorizar a preservação ambiental, buscando convergir os objetivos empresariais para os anseios e interesses da comunidade em que atuamos, sempre em linha com o desenvolvimento sustentável.

É fundamental envidar esforços para a preservação dos ecossistemas, principalmente os não-renováveis, otimizando no nosso dia-a-dia o uso dos recursos naturais.

Para tanto, assumimos, voluntariamente, os seguintes compromissos perante os acordos internacionais:

• **Princípios do Equador**

São um conjunto de regras e critérios definidos pelo *International Finance Corporation (IFC)*, braço financeiro do Banco Mundial, que determina uma série de análises socioambientais para o financiamento de empreendimentos constituídos sob a modalidade de *project finance*.

• **Pacto Global (Global Compact)**

O Pacto Global é uma iniciativa desenvolvida pela Organização das Nações Unidas (ONU), com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial internacional para a adoção, em suas práticas de negócios, de valores fundamentais e internacionalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção, cujos princípios estão refletidos neste Código de Conduta Ética.

- Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM)

Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) fazem parte do Projeto do Milênio das Nações Unidas, que é uma causa humanitária global, para tornar o mundo mais solidário e mais justo, sendo eles:

1. Erradicar a extrema pobreza e a fome.
2. Atingir o ensino básico universal.
3. Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres.
4. Reduzir a mortalidade infantil.
5. Melhorar a saúde materna.
6. Combater o HIV/AIDS, a malária e outras doenças.
7. Garantir a sustentabilidade ambiental.
8. Estabelecer uma Parceria Mundial para o desenvolvimento.

g) Associações e Entidades de Classe

Devemos reconhecer o importante papel das Associações e Entidades de Classe legalmente constituídas, por intermédio de suas iniciativas e práticas, sempre dispostos a dialogar em qualquer situação que envolva a Organização, objetivando uma solução mutuamente satisfatória.

h) Atividades Político-Partidárias

A Organização não tem restrições a que os colaboradores exerçam seus direitos político-partidários, desde que em caráter estritamente pessoal e sem prejuízo para suas atividades profissionais.

2.2.6. Liderança Responsável

É de responsabilidade dos funcionários com função de liderança trabalhar para o sucesso de cada membro da equipe. Para isso devemos:

- a) Estimular as lideranças a promover o relacionamento entre os diversos níveis hierárquicos dentro da Organização, criando no ambiente de trabalho, mediante a observância da Política de Gerenciamento dos Recursos Humanos, uma atmosfera adequada ao exercício de atribuições e desenvolvimento profissional e pessoal, propiciando a melhoria dos resultados organizacionais.
- b) Incentivar os funcionários a estabelecer um equilíbrio apropriado entre o trabalho, a família e a sociedade em geral, de modo a manter seu bem-estar profissional, pessoal e social.
- c) Estimular iniciativas de preservação à saúde e segurança no trabalho.

3. GESTÃO DO CÓDIGO

3.1. Comitê de Conduta Ética

O Comitê de Conduta Ética, composto por membros nomeados pelo Conselho de Administração do Banco Bradesco S.A., é o órgão responsável pela proposição de ações quanto à disseminação e cumprimento dos Códigos de Conduta Ética, corporativo e setoriais da Organização Bradesco, de modo a assegurar sua eficácia e efetividade.

Cabe ao Comitê de Conduta Ética avaliar a necessidade de criação de Códigos de Conduta Ética Setoriais, demandando ações para o seu desenvolvimento para posterior obtenção de aprovação do Conselho de Administração.

3.2. Procedimentos perante dúvidas, situações conflitantes ou ações contrárias aos princípios deste Código de Conduta Ética

Este Código de Conduta Ética legitima as políticas e normas estabelecidas pela Organização. É um guia de conteúdo ético, a ser seguido tanto na vida pessoal como na profissional.

Considerando que dificilmente um código de conduta ética abrange todas as situações encontradas na prática, acreditamos no senso de julgamento de cada um, incentivando-os a consultar, em caso de dúvidas, outros colaboradores, a Área de Compliance da Dependência ou da Organização, o "Alô RH" ou diretamente o Comitê de Conduta Ética.

Situações conflitantes com o Código de Conduta Ética ou que não estejam nele contidas podem surgir de forma inesperada em nosso cotidiano, cabendo a cada um a responsabilidade de um posicionamento a respeito.

3.3. Violações aos Códigos de Conduta Ética, às políticas e normas da Organização Bradesco

Tais violações estão sujeitas às ações disciplinares aplicáveis, independentemente do nível hierárquico, sem prejuízo das penalidades legais cabíveis.

Denúncias e manifestações por parte de colaboradores ou de terceiros que tenham conhecimento de violações aos Códigos de Conduta Ética, às políticas e normas da Organização, bem como quaisquer informações acerca de eventual descumprimento de dispositivos legais e normativos aplicáveis ao Banco e empresas controladas, podem ser feitas ao superior imediato, à área de compliance da sua Dependência ou respectiva Diretoria, ou ainda por meio dos seguintes canais:



- a) Comitê de Conduta Ética;
- b) Comitê de Auditoria;
- c) Departamento de Inspeção Geral – IGL;
- d) Departamento de Gestão de Riscos e Compliance – DGRC;
- e) Superintendência de Controles Internos e Compliance do Grupo Bradesco de Seguros e Previdência;
- f) "Alô RH"; ou
- g) "Alô Bradesco" ou "Fale Conosco" / Ouvidoria do Banco Bradesco S.A.

Fatos relativos a aspectos contábeis ou fraudes perpetradas por administradores e funcionários do Banco e empresas controladas ou, ainda, por terceiros, devem ser notificados ao Comitê de Auditoria, sendo por este preservada a identidade do prestador e a confidencialidade da informação. Caso denúncias dessa natureza sejam feitas a outro meio de contato que não o Comitê de Auditoria, o assunto deverá, obrigatoriamente, ser a ele comunicado.

Quando a situação requerer e caso seja de interesse do denunciante, é garantido o direito de relato anônimo, sempre demonstrando cuidado na apresentação dos fatos, juntando, se possível, documentos que comprovem sua afirmação.

O teor das denúncias deve ser sempre o mais completo possível, a fim de possibilitar o início de eventual processo de investigação.

As informações para contato encontram-se no documento "**Canais para recebimento de denúncias relativas a violações aos Códigos de Conduta Ética, às políticas e normas da Organização Bradesco**", disponível no site do Bradesco www.bradesco.com.br – Área de Governança Corporativa – Códigos de Conduta Ética.



4. Termo de responsabilidade e compromisso com as recomendações do Código de Conduta Ética da Organização Bradesco

Eu,....., código funcional nº....., integrante da Organização Bradesco, declaro:

- a) ter recebido, neste ato, cópia do "Código de Conduta Ética da Organização Bradesco";
- b) ter conhecimento do inteiro teor do referido Código e estar de pleno acordo com o seu conteúdo, que li e entendi, comprometendo-me a cumpri-lo fielmente durante toda a vigência de meu contrato e, após, no que for cabível; e
- c) ter conhecimento que as infrações a este Código, às políticas e normas da Organização serão analisadas, estando sujeitas às ações disciplinares aplicáveis, independentemente do nível hierárquico, sem prejuízo das penalidades cabíveis.

Localidade, de de 2.....

.....
Assinatura do Colaborador

Declaramos que a presente é cópia fiel do Código de Conduta Ética da Organização Bradesco, aprovado na RECA nº 946, de 30.6.2003, e revisado nas RECA nº 1.010, de 31.5.2004, RECA nº 1.060, de 15.2.2005, com alteração de denominação, entre outras, efetivada na RECA nº 1.366, de 30.10.2008.

Banco Bradesco S.A.

Milton Almicar Silva Vargas Domingos Figueiredo de Abreu

Anexo B – Código de Ética do Banco do Brasil

MENSAGEM

O Código de Ética do Banco do Brasil vem reafirmar a contínua valorização dos preceitos éticos existentes na cultura da Organização, reconhecidos pela comunidade. Nasce da realidade da Empresa, da experiência profissional e do desejo de consolidar os princípios de cidadania nas relações com a sociedade.

Este Código pretende integrar os valores essenciais à prática do cotidiano, ser fonte de reflexão ética não dissociada da atuação profissional. Nesse sentido, o Código é a expressão da identidade profissional daqueles que nele vão buscar inspiração para a conduta ética.

O Banco do Brasil reconhece a responsabilidade do funcionário pela imagem que detém na comunidade e pela disseminação e manutenção dos princípios éticos envolvidos na sua atuação no mercado.

Convidamos a todos que tem compromisso com a marca BB para compartilhar a reflexão sobre esses valores, de forma a perpetuar a credibilidade e o sucesso da Empresa.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

INTRODUÇÃO

O Código de Ética do Banco do Brasil sistematiza os valores essenciais praticados pelo Conglomerado nos relacionamentos com os diversos segmentos da Sociedade.

Propicia a disseminação e o compartilhamento desses valores, no âmbito interno e externo, e estimula a reflexão sobre o exercício profissional responsável. Possibilita, também, o contínuo aperfeiçoamento das Normas de Conduta Profissional e um elevado padrão ético à Organização.

O Banco do Brasil valoriza a reflexão ética como forma de aprimorar comportamentos e atitudes e considera o funcionário seu legítimo representante, reconhecendo-o como seu agente ético por excelência.

Seus funcionários pautam suas ações pelos valores contidos neste Código e pelas Normas de Conduta Profissional da Empresa.

Dentre os valores éticos que fundamentam suas relações, o Banco do Brasil e seus funcionários adotam os seguintes como prioritários e comuns a todos os relacionamentos: justiça, responsabilidade, confiança, civildade e respeito.

O exercício compartilhado dos princípios deste Código sustenta o sucesso duradouro do Banco do Brasil e consolida a imagem de empresa ética que pauta sua atuação não apenas nos preceitos legais do negócio bancário mas, sobretudo, em reconhecidos valores sociais.

1. FUNCIONÁRIOS

- 1.1 O Banco do Brasil e seus funcionários reconhecem e aceitam a diversidade das pessoas que integram a Organização. Pautam suas relações pela confiança, lealdade e justiça.
- 1.2 Valorizam o processo de comunicação interna de maneira a disseminar as informações relevantes ligadas aos negócios e às decisões corporativas. Preservam o sigilo e a segurança das informações.
- 1.3 Compartilham aspirações de desenvolvimento profissional, reconhecimento do desempenho e zelo pela qualidade de vida dos funcionários.
- 1.4 Os funcionários preservam o patrimônio, a imagem e os interesses da Organização.

2. CLIENTES

- 2.1 O Banco do Brasil e seus funcionários comercializam os produtos e serviços da Organização com honestidade e transparência.
- 2.2 Relacionam-se com clientes idôneos, oferecem-lhes tratamento digno e cortês e respeitam seus direitos de consumidor.
- 2.3 Prestam orientações e informações claras, confiáveis e tempestivas, para permitir aos clientes, em especial aos investidores, a melhor decisão nos negócios. Preservam o sigilo das informações.
- 2.4 São receptivos às opiniões da clientela e as consideram para a melhoria do atendimento, dos produtos e dos serviços.

3. ACIONISTAS

- 3.1 O Banco do Brasil é transparente em suas políticas e diretrizes, na distribuição de dividendos e nos demonstrativos da situação econômico-financeira. É ágil e fidedigno no fornecimento de informações aos acionistas.
- 3.2 É proativo na disposição de informações ao Mercado, de maneira a minimizar rumores e especulações.
- 3.3 Administra seus negócios com independência e boa técnica bancária, com vistas a fortalecer sua situação financeira e zelar por sua imagem e pelo patrimônio dos acionistas.

4. COMUNIDADE

- 4.1 O Banco do Brasil e seus funcionários defendem os direitos humanos, os princípios de justiça social e o ecossistema.
- 4.2 Respeitam os valores culturais e reconhecem a importância das comunidades para o sucesso da Empresa, bem como a necessidade de retribuir à sociedade parcela do valor agregado aos negócios. Apoiam ações desenvolvimentistas e participam de empreendimentos direcionados à melhoria das condições sociais da população.

5. GOVERNO

- 5.1 O Banco do Brasil, na condição de principal agente financeiro da União, atua como efetivo parceiro do Governo na implementação de políticas, projetos e programas Socio-econômicos voltados para o desenvolvimento do País.
- 5.2 Articula os interesses e as necessidades da Administração

Publica com os vários segmentos econômicos da sociedade.

- 5.3 Antecipa-se e oferece, com inovação e qualidade, produtos, serviços e informações para o atendimento das necessidades dos integrantes da cadeia produtiva do Mercado Governo.
- 5.4 É fidedigno e tempestivo nas informações e obedece aos princípios de legalidade, impessoalidade, publicidade e eficiência, próprios da Administração Pública.

6. PARCEIROS

- 6.1 O Banco do Brasil e as empresas associadas à sua marca compartilham os valores de integridade, idoneidade, respeito às comunidades onde se inserem e aos direitos do consumidor.
- 6.2 Zela mutuamente pelas suas imagens, pelos interesses comuns e compromissos acordados.

7. FORNECEDORES

- 7.1 O Banco do Brasil e seus funcionários se relacionam com prestadores de serviços e fornecedores idôneos. Adotam processos de contratação imparciais e transparentes, zelando pela qualidade e viabilidade econômica dos serviços contratados e dos produtos adquiridos.
- 7.2 Os profissionais contratados pautam seus comportamentos pelos princípios deste Código de Ética.

8. CONCORRENTES

- 8.1 O Banco do Brasil e seus funcionários mantêm civildade no relacionamento com a concorrência.
- 8.2 Obtém informações de maneira lícita e transparente e preserva o sigilo daquelas fornecidas pelos concorrentes.
- 8.3 Quando solicitados, dispõem informações fidedignas, por meio de fontes autorizadas.

9. MIDIA

- 9.1 O Banco do Brasil mantém atitude independente e respeitosa no relacionamento com a mídia.
- 9.2 Dispõe informações claras e tempestivas de caráter societário e

de fatos relevantes aos clientes, à comunidade de investidores, à imprensa e ao público em geral, por meio de fontes autorizadas.

9.3 O Banco do Brasil legitima os funcionários que o representam nas relações com a mídia.

10. ASSOCIAÇÕES E ENTIDADES DE CLASSE

10.1 O Banco do Brasil reconhece a legitimidade das Associações e Entidades de Classe e prioriza a via negocial na resolução de conflitos de interesses.

10.2 Apóia iniciativas que resultem em benefícios e melhoria da qualidade de vida dos funcionários e seus familiares.

Anexo C – Código de Ética da Caixa Econômica Federal

CÓDIGO DE ÉTICA DA CAIXA

MISSÃO E VALORES

MISSÃO

Aziar na promoção da cidadania e do desenvolvimento sustentável do País, como instituição financeira, agente de políticas públicas e parceira estratégica do Estado brasileiro.

VALORES

Sustentabilidade econômica, financeira e sócio-ambiental
Valorização do ser humano
Respeito à diversidade
Transparência e ética com o cliente
Reconhecimento e valorização das pessoas que fazem a CAIXA
Eficiência e inovação nos serviços, produtos e processos

VALORES DO CÓDIGO DE ÉTICA DA CAIXA

RESPEITO

As pessoas na CAIXA são tratadas com ética, justiça, respeito, cortesia, igualdade e dignidade. Exigimos de dirigentes, empregados e parceiros da CAIXA absoluto respeito pelo ser humano, pelo bem público, pela sociedade e pelo meio ambiente.

Repudiamos todas as atitudes de preconceitos relacionadas à origem, raça, gênero, cor, idade, religião, credo, classe social, incapacidade física e quaisquer outras formas de discriminação.

Respeitamos e valorizamos nossos clientes e seus direitos de consumidores, com a prestação de informações corretas, cumprimento dos prazos acordados e oferecimento de alternativa para satisfação de suas necessidades de negócios com a CAIXA.

Preservamos a dignidade de dirigentes, empregados e parceiros, em qualquer circunstância, com a determinação de eliminar situações de provocação e constrangimento no ambiente de trabalho que diminuam o seu amor próprio e a sua integridade moral.

Os nossos patrocínios atentam para o respeito aos costumes, tradições e valores da sociedade, bem como a preservação do meio ambiente.

HONESTIDADE

No exercício profissional, os interesses da CAIXA estão em 1º lugar nas mentes dos nossos empregados e dirigentes, em detrimento de interesses pessoais, de grupos ou de terceiros, de forma a resguardar a lisura dos seus processos e de sua imagem.

Gerimos com honestidade nossos negócios, os recursos da sociedade e dos fundos e programas que administramos, oferecendo oportunidades iguais nas transações e relações de emprego.

Não admitimos qualquer relacionamento ou prática desleal de comportamento que resulte em conflito de interesses e que estejam em desacordo com o mais alto padrão ético.

Não admitimos práticas que fragilizem a imagem da CAIXA e comprometam o seu corpo funcional.

Condenamos atitudes que privilegiem fornecedores e prestadores de serviços, sob qualquer pretexto.

Condenamos a solicitação de doações, contribuições de bens materiais ou valores a parceiros comerciais ou institucionais em nome da CAIXA, sob qualquer pretexto.

COMPROMISSO

Os dirigentes, empregados e parceiros da CAIXA estão comprometidos com a uniformidade de procedimentos e com o mais elevado padrão ético no exercício de suas atribuições profissionais.

Temos compromisso permanente com o cumprimento das leis, das normas e dos regulamentos internos e externos que regem a nossa instituição.

Pautamos nosso relacionamento com clientes, fornecedores, correspondentes, coligadas, controladas, patrocinadas, associações e entidades de classe dentro dos princípios deste Código de Ética. Temos o compromisso de oferecer produtos e serviços de qualidade que atendam ou superem as expectativas dos nossos clientes.

Prestamos orientações e informações corretas aos nossos clientes para que tomem decisões conscientes em seus negócios.

Preservamos o sigilo e a segurança das informações.

Buscamos a melhoria das condições de segurança e saúde do ambiente de trabalho, preservando a qualidade de vida dos que nele convivem.

Incentivamos a participação voluntária em atividades sociais destinadas a resgatar a cidadania do povo brasileiro.

TRANSPARÊNCIA

As relações da CAIXA com os segmentos da sociedade são pautadas no princípio da transparência e na adoção de critérios técnicos.

Como empresa pública, estamos comprometidos com a prestação de contas de nossas atividades, dos recursos por nós geridos e com a integridade dos nossos controles.

Aos nossos clientes, parceiros comerciais, fornecedores e à mídia dispensamos tratamento equânime na disponibilidade de informações claras e tempestivas, por meio de fontes autorizadas e no estrito cumprimento dos normativos a que estamos subordinados.

Oferecemos aos nossos empregados oportunidades de ascensão profissional, com critérios claros e de conhecimento de todos.

Valorizamos o processo de comunicação interna, disseminando informações relevantes relacionadas aos negócios e às decisões corporativas.

RESPONSABILIDADE

Devemos pautar nossas ações nos preceitos e valores éticos deste Código, de forma a resguardar a CAIXA de ações e atitudes inadequadas à sua missão e imagem e a não prejudicar ou comprometer dirigentes e empregados, direta ou indiretamente.

Zelamos pela proteção do patrimônio público, com a adequada utilização das informações, dos bens, equipamentos e demais recursos colocados à nossa disposição para a gestão eficaz dos nossos negócios.

Buscamos a preservação ambiental nos projetos dos quais participamos, por entendermos que a vida depende diretamente da qualidade do meio ambiente.

Garantimos proteção contra qualquer forma de represália ou discriminação profissional a quem denunciar as violações a este Código, como forma de preservar os valores da CAIXA.

Código de Conduta



Carece colegas do Citi:

Ao longo de quase dois séculos, o Citi tem estado empenhado em atuar de acordo com os mais elevados padrões de governo das sociedades e comportamento individual. Periodicamente, renovamos o nosso compromisso para com estes padrões.

O Código de Conduta do Citi é uma expressão dos nossos valores. Cada um de nós, enquanto membro da comunidade Citi, tem a responsabilidade não só de ler o Código, mas também de o colocar em prática.

O Citi é reconhecido e respeitado a nível mundial pela elevada qualidade do nosso trabalho, pela nossa visão e pelos nossos colaboradores. A nossa reputação de excelência é uma das nossas principais vantagens competitivas em mais de 100 países. Contudo, a reputação construída ao longo dos anos pode ser facilmente manchada. A integridade empresarial deve constituir sempre a base das nossas operações comerciais e o ponto de partida de todas as nossas decisões e ações.

Citi tem de inspirar a garantia e confiança de que, independentemente do local onde operemos e do tipo de situação, faremos o que estiver certo.

Somos os promotores de uma das marcas mais valiosas do mundo e de um compromisso com séculos de existência para com o mais elevado desempenho aliado à maior integridade empresarial. Cada um de nós tem a obrigação de honrar e defender o legado do Citi que nos foi confiado. Sei que posso contar convosco para cumprir esse dever.

O que fazemos faz de nós uma grande instituição de serviços financeiros. A forma como o fazemos faz de nós o Citi.

Atenciosamente,



Vikram S. Pandit
Director Geral



Apenas para novas contratações:

Confirmando que li o Código de Conduta do Citi e que compreendo a minha obrigação, enquanto colaborador, de cumprir os princípios, as políticas e as leis descritas no Código de Conduta, incluindo quaisquer alterações efectuadas pelo Citi. Da mesma forma, tomei conhecimento que pode ser encontrado uma cópia actualizada do Código de Conduta no sítio de Internet do Citi.

www.citigroup.com/cti/corporategovernance/codeconduct.htm

Compreendo que a minha concordância em cumprir o Código de Conduta não constitui nem deve ser entendida como um contrato de trabalho a termo ou uma garantia de emprego contínuo.

Assine aqui: _____ Data: _____

Indique o seu nome: _____ Número GEID: _____

Este formulário tem de ser preenchido, assinado e enviado no prazo de 30 dias após a recepção deste folheto para o representante do departamento de recursos humanos. O não cumprimento desta indicação não irá afectar a aplicabilidade deste Código de Conduta nem de nenhuma das respectivas disposições em relação a si.

Índice

Resumo executivo.....	2
Introdução.....	3
Levantamento de questões éticas.....	4
Compromisso para com os nossos clientes.....	6
• Privacidade da informação dos clientes.....	6
• Tratamento justo.....	6
• Deveres fiduciários.....	6
• Transações empresariais condicionadas.....	7
• Cumprimento da regulamentação anti-concorrencial.....	7
Compromisso entre colegas de trabalho.....	8
• Privacidade dos colaboradores do Citi.....	8
• Práticas de recrutamento justas e diversidade.....	8
• Discriminação e assédio.....	8
• Segurança no local de trabalho.....	9
• Local de trabalho sem drogas.....	9
Compromisso para com o nosso francheado.....	10
• Escalar preocupações com o negócio.....	10
• Investigações.....	10
• Protecção dos bens do Citi.....	10
– Comunicações electrónicas	
– Salvaguarda de informações pessoais, confidenciais e protegidas por direitos de propriedade intelectual	
– Utilização do nome, das instalações ou dos contactos do Citi	
– Barreiras de informação	
– Continuidade do negócio	
Compromisso para com o nosso francheado (Cont.)	
• Cumprimento da regulamentação anti-branqueamento de capitais (AML).....	12
• Comunicação de actividades suspeitas.....	13
• Presentes e entretenimento.....	13
– Aceitação de presentes e entretenimento	
– Oferta de presentes e entretenimento	
– Lei norte-americana sobre práticas de corrupção no estrangeiro ("Foreign Corrupt Practices Act") e leis anti-suborno	
• Criação e gestão de informação e registos.....	15
• Relatórios financeiros e fiscais.....	15
• Relacionamento com fornecedores.....	15
• Actividades e contribuições políticas.....	16
• Utilização abusiva de informação privilegiada.....	16
• Investimentos pessoais em títulos do Citi e em outros títulos.....	17
• Conflitos de interesse dos colaboradores.....	18
– Actividades empresariais externas	
– Oportunidades de negócio	
– Transações comerciais com entidades e indivíduos relacionados	
– Transações comerciais em nome pessoal	
• Contribuições para obras de caridade.....	19
• Mercados justos e livres.....	19
• Relatórios obrigatórios dos colaboradores.....	19
• Obrigação de reembolsar despesas legais.....	19
• Planos, programas e acordos de compensação.....	19
• Interação com os media e eventos públicos.....	20
• Compromisso para com o meio ambiente.....	20
• Leis anti-boicote.....	21
• Embargos e sanções.....	21
Conclusão.....	21
Maradas e números de telefone úteis.....	22

Resumo executivo

O Citi está empenhado em actuar de acordo com os mais elevados padrões de governo das sociedades e comportamento individual. O nosso compromisso para com a defesa destes padrões faz de nós uma grande instituição de serviços financeiros:

Compromisso para com os nossos clientes
Temos de colocar os nossos clientes em primeiro lugar, fornecer conselhos, produtos e serviços de nível superior e agir sempre com o mais elevado nível de integridade.

Compromisso entre colegas de trabalho
Pretendamos ser uma mentecada. Por conseguinte, temos de proporcionar às pessoas extraordinárias as melhores oportunidades de realizarem o seu potencial, tratar os nossos colegas de trabalho com respeito, defender a nossa impressionante diversidade, partilhar a responsabilidade dos nossos sucessos e aceitar a responsabilização pelas nossas falhas.

Compromisso para com o nosso futuro
Temos de colocar os interesses a longo prazo do Citi à frente dos ganhos a curto prazo de cada unidade e proporcionar resultados superiores aos nossos accionistas. Além disso, temos de respeitar a cultura local e participar activamente nas comunidades em que trabalhamos e vivemos, honrar os que vieram antes de nós e defender o legado do Citi que nos foi confiado.

O Código de Conduta do Citi foi concebido para que possa reconhecer situações sobre as quais deva ponderar a sua abordagem, solicitar orientação e tomar a decisão mais correcta para o Citi, para os nossos accionistas e para si próprio.

O presente Código fornece uma visão geral sobre as principais políticas do Citi. A sua unidade de negócio em particular poderá ter também as suas próprias políticas, as quais deve seguir, desde que estas políticas não entrem em conflito com as políticas do Citi sobre o mesmo assunto. Além disso, este Código determina os padrões de conduta e ética empresarial aplicáveis ao Citi. Da mesma forma, este Código aplica-se a todos os directores, responsáveis e colaboradores do Citigroup Inc. ("Citi" ou a "Empresa") e a cada uma das suas empresas subsidiárias. É exigido a todos os colaboradores, directores e responsáveis que revejam e cumpram este Código. Para além disso, outras pessoas que executem serviços para a Empresa poderão também estar sujeitas a este Código por contrato ou qualquer outro acordo.

Este Código encontra-se disponível em vários idiomas em www.citigroup.com/citi/corporategovernance/codetconduct.htm.

Introdução

Este Código fornece uma visão geral sobre as principais políticas do Citi. A sua unidade de negócio em particular poderá ter também as suas próprias políticas, as quais deve seguir. Se essas políticas entrarem em conflito com as políticas do Citi sobre o mesmo assunto, prevalecerá a política mais restritiva. É da sua responsabilidade a familiarização e o cumprimento destas políticas e de quaisquer políticas e procedimentos suplementares a que a sua unidade de negócio esteja sujeita.

O Citi espera que todos os seus colaboradores e representantes actuem de acordo com os mais elevados padrões de integridade pessoal e profissional em todos os aspectos das suas actividades e cumpram todas as leis, regulamentações, normas e políticas do Citi. Não podemos nunca comprometer essa integridade, quer seja em benefício próprio, quer em suposto benefício do Citi. Ao aceitarmos uma posição ou cargo no Citi, cada um de nós é responsável pelo seu próprio comportamento, incluindo o cumprimento da lei, deste Código de Conduta, das políticas do Citi e das políticas e procedimentos das nossas respectivas unidades de negócio.

Se tiver quaisquer dúvidas ou questões acerca deste Código de Conduta ou quaisquer políticas do Citi e sobre a forma como estas se aplicam a si, deverá examiná-las com o seu supervisor, o departamento jurídico da sua unidade de negócio, o responsável pelo compliance, o representante do departamento de recursos humanos ou outra pessoa indicada pela sua unidade de negócio, ou com o "Global Compliance Office" do Citi. No caso de detectar um possível conflito entre este Código e as leis locais ou se tiver alguma questão relacionada

com a interpretação das leis aplicáveis, deverá contactar o departamento jurídico da sua unidade de negócio. De uma forma geral, quando existe uma discrepância entre as políticas do Citi que se aplicam a si ou às jurisdições onde a sua unidade de negócio opera, prevalecerá a política mais restritiva. Se estiverem disponíveis quaisquer excepções ou isenções das políticas do Citi, as mesmas são detalhadas na política específica juntamente com o processo de excepção. Para outras disposições, as excepções apenas podem ser concedidas pelo Departamento Jurídico Geral ou pelo Responsável Executivo pelo Compliance. Qualquer excepção deste Código relativamente aos responsáveis executivos ou directores apenas pode ser efectuada mediante decisão documentada do Conselho de Administração ou de um comité de Administração, devendo a mesma ser divulgada imediatamente.

A não observância das políticas estabelecidas neste Código, das políticas do Citi e/ou das políticas e procedimentos aplicáveis à sua unidade de negócio poderá resultar numa acção disciplinar que poderá incluir a rescisão imediata do contrato de trabalho ou de qualquer outro relacionamento com o Citi. Para além disso, a violação deste Código poderá também representar uma violação da lei, podendo resultar em sanções civis ou criminais para si, para os seus supervisores e/ou para o Citi.

Este Código de Conduta não constitui nem deve ser entendido como um contrato de trabalho a termo ou uma garantia de emprego contínuo.

Para obter mais informações sobre as políticas do Citi, consulte o Directório de Políticas do Citi em www.citigroup.com/bohr-compliance e o manual do colaborador que a si se aplica.

Levantamento de questões éticas

O cumprimento dos mais elevados padrões éticos é um elemento crítico das suas responsabilidades. O Citi encoraja-o veementemente a colocar questões ou dúvidas relacionadas com assuntos sobre ética, discriminação ou assédio e a comunicar suspeitas de violação destas e de outras leis, regulamentações e políticas aplicáveis. A identificação e a resolução prematura destas questões são cruciais para manter o compromisso do Citi para com os seus clientes, colaboradores e acionistas.

O Código de Conduta fornece uma visão geral das principais políticas de que deverá ter conhecimento. Para além disso, deverá também ter conhecimento dos detalhes das políticas, procedimentos e regulamentações específicos do seu negócio. Contudo, o Citi não pode antecipar todas as situações com que se poderá deparar. Poderão surgir situações no local de trabalho em que a forma apropriada de agir não seja clara, sendo aconselhável reflectir sobre algumas questões antes de agir. Quando for confrontado com este tipo de dilema, em primeiro lugar, pergunte a si próprio:

- Há alguma coisa errada nesta situação?
- A minha actuação será consistente com este Código, as políticas e leis aplicáveis?
- Qual será o impacto da minha decisão sobre os outros?
- A minha actuação, ou a falta da mesma, poderá ter consequências impróprias, mesmo que apenas aparentemente?
- Quais poderão ser as consequências da minha actuação ou não actuação?

Deverá utilizar o seu discernimento e bom senso; se alguma situação lhe parecer imprópria ou não ética, é porque provavelmente o é. Se tiver alguma questão relacionada com a forma de actuação mais apropriada numa determinada situação, se tiver suspeitas plausíveis ou se tiver conhecimento de uma possível violação de uma lei, regulamentação, política ou norma ética do Citi, deverá contactar imediatamente uma das seguintes pessoas ou entidades:

- A pessoa indicada de acordo com qualquer procedimento de divulgação local aplicável
- O responsável pela política ou a pessoa de contacto indicada no documento de política
- O seu supervisor ou outro membro dos seus quadros administrativos
- O representante do departamento de recursos humanos
- O departamento jurídico da sua unidade de negócio
- O responsável pelo compliance
- A linha telefónica de apoio ético para os colaboradores criada pela sua unidade de negócio para este efeito (normalmente encontrada no manual do funcionário ou numa publicação semelhante)
- O Departamento de Auditoria e Análise de Riscos (ARR)
- Os Serviços de Segurança e Investigação do Citi (CSIS)
- O Conselho de Administração do Citi, através do Secretário Empresarial do Citi ("Citi Corporate Secretary")

Caso não se sinta à vontade para abordar estas pessoas ou entidades acerca destas questões, poderá contactar o Gabinete de Ética do Citi, localizado nos EUA. O Gabinete de Ética do Citi pode ser contactado da seguinte forma:

- Ligando para a Linha de Apoio Ético do Citi, um número gratuito (disponível 24 horas por dia, sete dias por semana, em vários idiomas), através do número:
 - 866 ETHIC 99
 - 866-384-4299 (após marcar o indicativo nacional)
 - Ou 212-559-5842 (chamada directa ou a cobrar no destino)
- Enviando uma mensagem de correio electrónico para o endereço ethicscom@citigroup.com
- Enviando uma carta por correio para:
Citi Ethics Office
2 Court Square, 11th Floor
Long Island City, NY 11101
U.S.A.
- Através de submissão na página de Internet: www.citigroup.com/ethicscom/ethicscom.htm
- Enviando um fax para o número 212-793-1347

Todos os contactos e investigações são limitados com a maior confidencialidade possível, de acordo com a necessidade de investigar e resolver o assunto, estando sujeitos às regulamentações e leis aplicáveis. O Citi aconselha-o a comunicar abertamente as suas dúvidas ou questões.

As reclamações podem ser efectuadas de forma anónima, dentro do limite permitido pelas regulamentações e leis aplicáveis. Contudo, tenha em atenção que, no caso de pretender permanecer anónimo, podemos não conseguir obter as informações adicionais necessárias para investigar ou resolver o problema comunicado. Como parte de qualquer investigação, respeitamos os direitos atribuídos de acordo com as regulamentações e leis aplicáveis a todas as partes relacionadas com o assunto. O Citi proibe represálias contra qualquer pessoa que, com boas intenções, coloque questões ou dúvidas relacionadas com problemas de ética, discriminação ou assédio ou comunique suspeitas de violação de outras políticas, regulamentações e leis aplicáveis.

Na continuação deste Código estão disponíveis mais contactos. Se colocou uma questão ética e acredita que a mesma não foi resolvida, deverá colocá-la a outra das pessoas ou entidades listadas.

Para obter uma lista completa dos Indicativos Nacionais para aceder à Linha de Apoio Ético, consulte a página de Internet da Linha de Apoio Ético em www.citigroup.net/ethics hotline.

Transgressão criminal ou fraude de colaboar
É da sua responsabilidade comunicar imediatamente quaisquer suspeitas ou tentativas de fraude, bem como o desaparecimento misterioso de fundos ou títulos, ou outras actividades criminosas suspeitas, conforme descrito na Política "Citi Fraud Management and Investigation Referral Policy and Standards", disponível em www.citigroup.net/policydirectory. Poderá faz-lo contactando qualquer uma das pessoas listadas acima ou os Serviços de Segurança e Investigação do Citi (CSIS).

Pode ligar gratuitamente para a Linha de Apoio dos CSIS, nos EUA, para o número 800-349-9714, efectuar uma chamada directa ou a cobrar no destino para o número 718-248-1253, ou enviar uma mensagem de correio electrónico para o endereço csis@citigroup.com.

Compromisso para com os nossos clientes

Privacidade da Informação dos clientes

O Citi está empenhado em proteger as informações pessoais e confidenciais dos nossos clientes e a utilizá-las devidamente. Para que tal seja possível, continuamos a actualizar os nossos sistemas e tecnologias e a dar formação adequada aos nossos colaboradores. Esforçamo-nos por proteger as informações pessoais e confidenciais dos nossos clientes de uma forma que também nos permita proporcionar-lhes opções de produtos e serviços que se adequem da melhor forma possível às suas necessidades e objectivos financeiros. Quando utilizamos outras empresas como prestadoras de serviços, exigimos que estas protejam as informações pessoais e confidenciais que recebem.

O Citi cumpre as várias leis e regulamentações relacionadas com a privacidade e a segurança das informações. Além disso, cumprimos também os nossos próprios elevados padrões de conduta, incluindo, entre outros, a Política e Normas de Gestão das Tecnologias de Informação do Citi e as Normas de Segurança das Informações do Citi ("Citi Information Technology Management Policy and Standards and the Citi Information Security Standards"), disponíveis em www.citigroup.net/privacy/privacy.

É da sua responsabilidade salvaguardar todas as informações pessoais e confidenciais dos nossos clientes, assegurando que as mesmas apenas são partilhadas com indivíduos autorizados.

Para além disso, muitos países têm leis de protecção de dados e de privacidade em vigor que afectam a recolha, a utilização, o arquivo e a transferência de informações pessoais e confidenciais dos clientes. Esta é uma área da lei em rápida mudança e deverá consultar o departamento jurídico da sua unidade de negócio caso tenha alguma dúvida relacionada com a utilização apropriada das informações dos clientes.

Tratamento justo

O Citi está empenhado em lidar de forma justa com os seus clientes, fornecedores, concorrentes e colaboradores. Ninguém poderá ficar partido injustamente de qualquer outra pessoa através de manipulação, encobrimento, abuso de informação confidencial, adulteração de factos relevantes ou outros comportamentos ou práticas injustas. Da mesma forma, o Citi está também empenhado em proporcionar um acesso justo ao crédito e à tomada de decisões sobre crédito com base em critérios objectivos. Para além disso, muitos países têm leis de "concessão de crédito justa" ou de "acesso justo" que proíbem especificamente a discriminação contra clientes potenciais ou actuals com base na respectiva raça, sexo, religião ou outros factores. Operamos de acordo com os termos destas leis e regulamentações, adoptando também o seu espírito e intenção.

Para obter mais informações, consulte a Política Norte-Americana de Concessão de Crédito Justo do Citi ("Citi's U.S. Fair Lending Policy") em www.citigroup.net/boik-utility/boik.

Deveres fiduciários

O Citi actua como fiduciário em certas actividades de assessoria de investimento e outros relacionamentos comerciais com clientes. É da sua responsabilidade determinar o momento em que os deveres fiduciários surgem e ter em atenção que um fiduciário tem a obrigação legal de agir de acordo com os melhores interesses dos seus clientes, colocando os interesses dos seus clientes à frente dos seus próprios interesses ou dos interesses das suas empresas afiliadas ou colaboradores. Um fiduciário tem igualmente o dever de agir de forma prudente, tratar os clientes de forma justa, manter a confidencialidade da informação dos clientes, proteger os bens fiduciários e fornecer divulgações abrangentes. Este dever inclui a prestação de informações aos clientes sobre quaisquer conflitos de interesse ou, se legalmente exigido, evitar totalmente esses conflitos.

Para obter mais informações, consulte a Política Fiduciária do Citi ("Citi Fiduciary Policy") em www.citigroup.net/boik-utility/boik.

Transações empresariais condicionadas

Os acordos "condicionados" ("tying arrangements") em que os clientes são obrigados a adquirir ou fornecer um produto ou serviço como condição para que outro produto ou serviço seja disponibilizado, são por vezes ilegais. Deve consultar a sua unidade de negócio ou o departamento jurídico do banco para obter mais informações sobre as restrições em matéria de negociações condicionadas.

Cumprimento da regulamentação anti-concorrencial

Em muitos países, o Citi está sujeito a complexas leis concebidas para preservar a concorrência entre empresas e proteger os consumidores contra práticas e acordos empresariais injustos. É da sua responsabilidade ter conhecimento e agir sempre de acordo com estas leis.

Muitas situações criam a possibilidade de ocorrência de condutas anti-concorrenciais ilegais e devem ser evitadas. Estas incluem:

- Propostas por parte de concorrentes para partilhar preços ou outras informações comerciais competitivas, ou para atribuir mercados ou clientes;
- Tentativas por parte de clientes actuais ou potenciais de impedir o Citi de negociar ou celebrar contratos com outro cliente;
- Debates, em reuniões de associação de comércio e indústria, sobre tópicos delicados relacionados com a concorrência, tais como preços, políticas de preços, custos e estratégias comerciais.

Se um concorrente ou um cliente tentar discutir consigo questões relacionadas com qualquer conduta anti-concorrencial, deverá recusar-se a fazê-lo e solicitar a esta pessoa que cesse imediatamente essa abordagem. Se necessário, deverá afastar-se ou terminar a conversa de qualquer outra forma e comunicar imediatamente o assunto ao departamento jurídico da sua unidade de negócio.

Compromisso entre colegas de trabalho

Privacidade dos colaboradores do Citi

O Citi reconhece e procura proteger as informações pessoais e confidenciais dos seus colaboradores, incluindo os registos médicos. Esta informação não pode ser partilhada nem discutida fora do Citi, excepto se tal for autorizado ou exigido por lei, norma ou regulamentação aplicáveis ou nos termos de uma citação ou ordem emitida por um tribunal de jurisdição competente, ou se solicitado por um corpo judicial, administrativo ou legislativo. É da sua responsabilidade cumprir todas as políticas e directrizes do Citi relacionadas com a segurança e a privacidade da informação pessoal e confidencial, bem como garantir que essas informações apenas são partilhadas com indivíduos autorizados. Quaisquer respostas a pedidos sobre essas informações por parte de terceiros apenas poderão ser fornecidas de acordo com a política aplicável do Citi.

As directrizes internas relativas à privacidade e segurança abrangem os colaboradores do Citi e outros indivíduos cujas informações tenham sido fornecidas ao Citi, dentro do contexto da relação de trabalho.

Quando utilizamos outras empresas como prestadoras de serviços, exigimos que estas protejam a informação pessoal e confidencial que recebem sobre os nossos colaboradores.

Poderemos processar informações sobre os nossos colaboradores a nível global, incluindo em locais diferentes do local de trabalho. Ao fazer isto, seguimos a legislação aplicável em relação à recolha, ao envio, ao arquivo e à utilização deste tipo de informação.

Práticas de recrutamento justas e diversidade

O Citi acredita que a diversidade do nosso pessoal é de extrema importância para o nosso sucesso como uma organização global e procuramos recrutar, formar e manter as pessoas mais talentosas a partir de um diverso conjunto de candidatos. No Citi, as promoções têm como base o mérito. Estamos totalmente empenhados em proporcionar igualdade de oportunidades de emprego e a cumprir os termos e o espírito de todas as leis relacionadas com práticas de recrutamento justas e não discriminação.

Discriminação e assédio

O Citi promove um ambiente de trabalho onde a diversidade é adoptada e onde as nossas diferenças são valorizadas e respeitadas. Proibimos a discriminação, o assédio ou a intimidação que são ilegais e violam as nossas políticas, quer sejam cometidas por ou contra um supervisor, colega de trabalho, cliente, fornecedor ou visitante. A discriminação e o assédio com base na raça, sexo, identidade ou expressão sexual, cor, credo, religião, nacionalidade, cidadania, idade, incapacidade, informações genéticas, estado civil (incluindo uniões de facto, conforme definido e reconhecido pela lei aplicável), orientação sexual, cultura, ascendência, estado de veterano de guerra ou estado socioeconómico de uma pessoa, ou outras características pessoais protegidas legalmente são repugnantes e totalmente inconsistentes com a nossa tradição de proporcionar um local de trabalho respeitoso, profissional e digno. É proibida qualquer retaliação contra indivíduos que efectuam reclamações relacionadas com discriminação ou assédio.

Se acredita que está a ser vítima de discriminação ou assédio, ou se observar ou receber uma reclamação relacionada com este comportamento, deverá comunicá-la ao seu supervisor ou ao director da sua unidade de negócio, ao representante do departamento de recursos humanos ou à Linha de Apoio Ético do Citi (consulte as informações de contacto no fim do Código de Conduta).

O Citi investigará imediatamente todas as alegações de assédio ou discriminação e tomará as devidas medidas correctivas, dentro do limite máximo permitido pela legislação local.

O Citi não tolerará a utilização dos seus sistemas, incluindo serviços de correio electrónico e/ou serviços de intranet/internet, de uma forma que possa comprometer ou denegrir a reputação ou os interesses do Citi, ou criar um ambiente de trabalho hostil ou ofensivo com base na raça, sexo, identidade ou expressão sexual, cor, credo, religião, nacionalidade, cidadania, idade, incapacidade, informações genéticas, estado civil (incluindo uniões de facto, conforme definido e reconhecido pela lei aplicável), orientação sexual, cultura,

ascendência, estado de veterano de guerra ou estado socioeconómico de uma pessoa, ou outras características pessoais protegidas legalmente. Tal proibição inclui a transmissão ou troca de "piadas", imagens, vídeos ou outras comunicações e histórias que representem assédio ou sejam humilhantes ou ofensivas para um indivíduo ou grupo. Se receber uma mensagem de correio electrónico inapropriada de outro colaborador, deverá comunicá-lo imediatamente, tal como faria com qualquer outra violação da política por si observada. Se receber uma mensagem de correio electrónico inapropriada de uma fonte externa, deverá eliminá-la imediatamente e avisar o remetente para não lhe voltar a enviar mensagens semelhantes no futuro. Não reencaminhe mensagens de correio electrónico inapropriadas para nenhum colaborador, exceto para o responsável pelo departamento de recursos humanos ou para o Responsável pela Segurança da Informação (BISO - "Business Information Security Officer") com o objectivo de comunicar a respectiva recepção. Além disso, não reencaminhe nenhuma mensagem de correio electrónico inapropriada para quaisquer endereços externos, mesmo que seja apenas para o seu computador em casa.

Nunca deve utilizar os sistemas do Citi para iniciar, transferir, transmitir ou trocar imagens electrónicas ou texto de natureza sexual ou com caxinhas óticas, alcunhas ridículas ou qualquer outro material de natureza assediante, ofensiva ou obscena.

Segurança no local de trabalho

A segurança e a protecção das pessoas no local de trabalho são uma das principais preocupações do Citi. Cada um de nós deve cumprir todas as políticas de saúde e segurança aplicáveis. Cumprimos todas as leis locais e internacionais e concebemos directrizes internas para ajudar a manter um ambiente de trabalho seguro e saudável. Qualquer questão relacionada com estas leis e directrizes devem ser dirigidas ao seu supervisor, ao representante do departamento de recursos humanos ou aos CSIS.

Para obter mais informações, consulte a Política de Segurança e Protecção contra Incêndios do Citi ("Citi's Security and Fire Safety Policy") em www.citigroup.net/boliv/directory.

Local de trabalho sem drogas

O Citi deve manter um ambiente de trabalho saudável e produtivo. A utilização indevida de substâncias controladas ou a venda, o fabrico, a distribuição, a posse ou a utilização de drogas ilegais no local de trabalho, ou ao executar tarefas relacionadas com o trabalho, é estritamente proibida.

Compromisso para com o nosso franchise

Escalar preocupações com o negócio

É essencial para o nosso franchise e para a reputação do Citi que todas as nossas acções sejam exercidas com discernimento e bom senso e que tenhamos em consideração todos os aspectos do impacto potencial das transacções em que nos envolvamos. É da sua responsabilidade escalar quaisquer preocupações relativamente a potenciais riscos para o nosso franchise e ou para a nossa reputação ao seu supervisor, ao responsável independente pela gestão de riscos, ao departamento jurídico da sua unidade de negócio ou ao responsável pelo compliance.

Os comités de práticas empresariais do Citi, ao nível da empresa e em cada uma das suas unidades de negócio, analisam as actividades empresariais, práticas de vendas, produtos, potenciais conflitos de interesse, transacções complexas, adequabilidade e outras questões relacionadas com a reputação escaladas pelas unidades de negócio e funções do Citi, e fornecem orientação de forma a garantir que as práticas empresariais do Citi cumpram os mais elevados padrões de ética, integridade e comportamento profissional. Estes comités, compostos pelos nossos executivos de mais alto nível, concentram-se no risco reputacional, enquanto as nossas unidades de negócio implementam activamente as nossas políticas e dão ênfase ao nosso compromisso para com o franchise.

Investigações

É sua obrigação cooperar totalmente com qualquer investigação interna ou externa devidamente autorizada, incluindo, entre outras, as investigações que envolvam questões éticas ou reclamações relativas a discriminação ou assédio. Nunca deverá reter, adulterar ou omitir informações relevantes. Efectuar falsas declarações ou incluir em estró auditorias internas ou externas, investigadores, representantes de departamentos, ou representantes do Citi ou reguladores pode ser fundamento para a rescisão imediata do contrato de trabalho ou de qualquer outra relação com o Citi, podendo também ser considerado um acto criminoso que pode resultar em sanções graves.

Protecção dos bens do Citi

É da sua responsabilidade a salvaguarda dos bens tangíveis e intangíveis do Citi e dos nossos clientes, fornecedores e distribuidores que estejam sob o

seu controlo. Os bens do Citi apenas podem ser utilizados com objectivos comerciais apropriados. Estes bens incluem dinheiro, títulos, propriedade física e serviços, planos de negócio, informação sobre clientes e colaboradores, informação sobre fornecedores e distribuidores, propriedade intelectual (programas informáticos, modelos e outros itens) e todas as outras informações pessoais, confidenciais e protegidas por direitos de propriedade intelectual.

Antes de começar a trabalhar no Citi, deverá comunicar ao seu supervisor a existência de quaisquer direitos ou interesses que detenha sobre qualquer invenção ou tecnologia que possa estar relacionada com o seu emprego no Citi, podendo ser-lhe solicitado que atribua esses direitos ao Citi. Da mesma forma, ser-lhe-á solicitado que comunique e atribua ao Citi todos os interesses sobre qualquer invenção, criação, melhoria, descoberta, conhecimento, concepção, trabalho com direitos de autor ou trabalho da sua autoria, ou de autoria de um grupo que o inclua, que resulte ou que esteja ligado ou relacionado com o seu emprego ou função no Citi e que auxilie o Citi em qualquer esforço de aperfeiçoamento dessa função ou de garantia de protecção apropriada da propriedade intelectual do que foi mencionado. Se a sua relação comercial ou contratual terminar por qualquer razão, todos os direitos de propriedade ou sobre informações criadas ou obtidos como parte da sua relação permanecerão propriedade exclusiva do Citi.

A apropriação indevida ou a divulgação não autorizada dos bens do Citi é uma violação dos seus deveres para com o Citi e poderá constituir um acto de fraude contra a Empresa. De forma semelhante, a negligência, o desperdício ou a utilização não autorizada dos bens do Citi representam também uma violação dos seus deveres para com a Empresa.

Para obter mais informações, consulte a Política de Gestão de Fraude e Encaminhamento da Investigação do Citi ("Citi Fraud Management and Investigative Referral Policy") em www.citigroup.net/policydirectory.

Comunicações electrónicas

Os equipamentos e serviços do Citi, incluindo, entre outros, computadores, telefones, o correio de voz, PDAs, aparelhos de fax e outros dispositivos electrónicos de comunicação, o serviço de correio postal, o acesso à Internet, o correio electrónico,

as mensagens SMS e as mensagens instantâneas, são disponibilizados para fins comerciais e para lhe permitir efectuar as tarefas relacionadas com o seu trabalho. Deste modo, dentro do limite permitido pelas regulamentações e leis aplicáveis, o Citi poderá monitorizar e registar, em qualquer momento, a sua utilização destes equipamentos e serviços. Assim sendo, não deverá citar nenhuma expectativa de privacidade pessoal quando utilizar os equipamentos e serviços do Citi.

Não poderá utilizar os equipamentos e serviços do Citi de uma forma que possa ser prejudicial ou comprometadora para o Citi ou que viole qualquer uma das políticas do mesmo. A utilização pessoal dos equipamentos e serviços do Citi deve ser mínima, a não ser que existam outras restrições definidas pelas políticas da sua unidade de negócio, ou pelas regulamentações ou leis aplicáveis. A utilização da Internet/Internet tem de ser efectuada de acordo com todas as leis aplicáveis e com os termos de utilização dos sites de Internet do Citi e de quaisquer sites de terceiros que sejam acessados. Os servidores da Intranet/Internet do Citi não podem ser utilizados para transferir ou utilizar sem autorização qualquer tipo de material com direitos de autor ou sem licença. Tal inclui a transferência de música e a transferência não autorizada de software sem licença, imagens, vídeos ou material impresso com direitos de autor. Não poderá aceder à Internet a partir de um servidor do Citi para visualizar, transferir, arquivar, transmitir ou publicar material de natureza assediante, humilhante, ofensiva ou inapropriada.

Para obter mais informações, consulte os Termos de Utilização da Intranet/Internet em www.citigroup.com.

É proibida a cópia, venda, utilização ou distribuição de informação, software e outras formas de propriedade intelectual que representem uma violação das leis de propriedade intelectual ou dos contratos de licença.

Salvaguarda de informações pessoais, confidenciais e protegidas por direitos de propriedade intelectual. Enquanto trabalhar para o Citi e após terminar o seu contrato de trabalho ou a sua associação com o Citi, tem a obrigação de salvaguardar e não revelar informações pessoais, confidenciais e protegidas por direitos de propriedade intelectual obtidas ou criadas no âmbito das actividades realizadas para a Empresa, independentemente da respectiva forma.

Não deverá trazer para o Citi informação pessoal, confidencial ou protegida por direitos de propriedade intelectual pertencentes a qualquer entidade patronal anterior nem utilizar essas

informações para ajudar o negócio do Citi sem o consentimento prévio dessa entidade patronal.

A sua obrigação de salvaguardar informações pessoais, confidenciais ou protegidas por direitos de propriedade intelectual inclui, entre outros, protegê-las contra qualquer utilização indevida, utilizá-las apenas para o desempenho das funções que lhe foram atribuídas e não utilizar essas informações nem permitir que as mesmas sejam utilizadas para fins não autorizados. Não deverá revelar informações pessoais, confidenciais ou protegidas por direitos de propriedade intelectual de nenhum cliente, fornecedor, distribuidor ou colaborador do Citi a pessoas não autorizadas (incluindo outros colaboradores do Citi). Estas informações não podem ser partilhadas nem discutidas fora do Citi, excepto se tal for autorizado ou exigido por lei, norma ou regulamentação aplicáveis ou nos termos de uma citação ou ordem emitida por um tribunal de jurisdição competente, ou se solicitado por um corpo judicial, administrativo ou legislativo.

Exemplos deste tipo de informação: qualquer sistema, informação ou processo que dê ao Citi uma oportunidade de obter vantagem sobre os nossos concorrentes; informação não pública sobre os resultados das operações, as estratégias e as provisões do Citi; informação não pública sobre os planos e os processos empresariais do Citi, bem como informação não pública sobre os colaboradores, fornecedores, clientes e distribuidores do Citi; informações pessoais e confidenciais relacionadas com indivíduos, incluindo clientes, colaboradores do Citi e fornecedores; informação não pública sobre a tecnologia, os sistemas e os produtos protegidos por direitos de propriedade intelectual do Citi; e informações sujeitas a restrições legais ou contratuais.

É sua obrigação tomar medidas preventivas para evitar a divulgação não autorizada de informações pessoais, confidenciais e protegidas por direitos de propriedade intelectual. Deste modo, deverá também certificar-se de que quaisquer documentos relacionados com a empresa são criados, copiados, enviados por fax, transportados, arquivados, guardados e eliminados através de meios especificamente concebidos para impedir o acesso não autorizado a essas informações. Deve também certificar-se de que o acesso às áreas de trabalho e aos computadores é devidamente controlado, de acordo com as Normas de Segurança das Informações do Citi ("Information Security Standards"). Não deve discutir assuntos delicados nem informações pessoais, confidenciais ou protegidas por direitos de propriedade intelectual em locais públicos,

tais como elevadores, corredores, restaurantes, lavabos, transportes públicos, na Internet ou em qualquer outro meio electrónico (incluindo blogs e sites de redes sociais), devendo também ter atenção quando utilizar telemóveis ou outros dispositivos de comunicação ou serviços de mensagens. Deverá ter muito cuidado quando discutir este tipo de informação em áreas de trabalho abertas, tais como em cubículos, ou quando utilizar telefones no modo de mãos livres.

A sua obrigação de salvaguardar informações pessoais, confidenciais e protegidas por direitos de propriedade intelectual estende-se a todas as situações em que possa utilizar essas informações, incluindo quando não está a trabalhar ou quando está a trabalhar à distância. Além disso, após terminar o seu contrato de trabalho ou a sua relação com o Citi, não poderá divulgar nem utilizar as informações pessoais, confidenciais e protegidas por direitos de propriedade intelectual do Citi e deverá devolver imediatamente quaisquer cópias dessas informações ao mesmo.

É igualmente da sua responsabilidade assegurar que cumpre todas as políticas e directrizes do Citi relacionadas com a salvaguarda de informações pessoais, confidenciais e protegidas por direitos de propriedade intelectual, incluindo, entre outras, a Política de Confidencialidade das Informações do Citi, as Normas de Segurança das Informações do Citi e a Política de Gestão de Registos do Citi ("Citi's Policy on Confidentiality of Information, the Citi Information Security Standards and the Citi Records Management Policy"), todas elas disponíveis em www.citigroup.net/policiesdirectory.

Utilização do nome, das instalações ou dos contactos do Citi
Não deverá utilizar o nome, o logótipo ou as marcas registadas (incluindo as utilizadas em papel timbrado ou em páginas de Internet pessoais), as instalações ou as relações do Citi para benefício pessoal ou para trabalho externo. A utilização do nome, das instalações ou das relações do Citi com objectivos de caridade ou voluntariado apenas pode ser efectuada com a aprovação prévia do director da sua unidade de negócio e após quaisquer outras notificações ou aprovações necessárias, de acordo com as políticas da sua unidade de negócio.

Barreras de informação
Sempre que for necessário, as áreas de negócio do Citi devem implementar procedimentos de "barreras de informação", procedimentos esses que os funcionários do Citi e outros representantes devem cumprir. As barreras de informação foram concebidas

para proteger informação não pública potencialmente relevante recebida por colaboradores envolvidos em empréstimos, serviços de banca de investimento ou actividades bancárias comerciais (informação privada) dos colaboradores que negociam ou prestam consultoria na negociação de títulos com base em informações publicamente disponíveis ou envolvidos em actividades de gestão de investimentos (actividades públicas). Para além disso, as barreras de informação são também um dos métodos utilizados para solucionar conflitos de interesse potenciais e reais entre diferentes actividades. Da mesma forma, foram também criadas várias barreras de informação e vários procedimentos aplicáveis a unidades de negócio envolvidas em determinadas actividades privadas para assegurar que não são partilhadas informações confidenciais com indivíduos que não estão autorizados a ter conhecimento das mesmas. É da sua responsabilidade ter conhecimento e cumprir as políticas de barreras de informação aplicáveis à sua unidade de negócio.

Continuidade de negócio
O Citi mantém planos de continuidade de negócio com o objectivo de minimizar perdas financeiras e responder às necessidades do mercado e dos clientes sempre que ocorrer uma falha energética, um incêndio ou outra catástrofe, crise, perturbação ou emergência natural ou provocada pelo homem. Enquanto instituição financeira líder a nível mundial, o Citi tem de estar preparado para responder a qualquer evento que possa afectar a sua actividade normal. Deverá conhecer o coordenador do plano de contingência da sua unidade de negócio e estar familiarizado com os procedimentos de gestão de crise da mesma.

Para obter mais informações, consulte a Política de Continuidade do Negócio do Citi ("Citi Continuity of Business Policy") em www.citigroup.net/policiesdirectory.

Cumprimento da regulamentação anti-branqueamento de capitais (AML)
O branqueamento de capitais é um problema mundial, com consequências potencialmente devastadoras. O branqueamento de capitais é o processo pelo qual se transformam rendimentos ilegais de modo a que os fundos aparentem ser legítimos, entrando assim no fluxo comercial. Este processo não se limita a transacções em numerário.

O Citi e os seus colaboradores deverão agir de forma diligente de modo a evitar que os nossos produtos e serviços sejam utilizados para fins de branqueamento de capitais. Com este fim, quaisquer suspeitas sobre esta matéria devem ser comunicadas. Neste âmbito, o Departamento Global de Combate ao Branqueamento

de Capitais (AML) estabeleceu, juntamente com os seus parceiros no compliance e nas diferentes unidades de negócio, normas com o objectivo de evitar que o Citi seja utilizado para branquear os rendimentos de actividades ilícitas. Para além disso, o Citi tomou um papel de liderança no que respeita à adopção e promoção de princípios de AML a nível global e mantém-se na linha da frente dos esforços para identificar o papel que as instituições financeiras podem desempenhar em termos de prevenção do financiamento de actividades terroristas.

A Política Global de Combate ao Branqueamento de Capitais (AML) do Citi exige que as diferentes unidades de negócio desenvolvam e implementem programas de AML eficazes, de forma a cumprir as leis aplicáveis e a proteger o Citi contra a sua utilização para o branqueamento de capitais. É sua obrigação seguir a Política Global de Combate ao Branqueamento de Capitais (AML) do Citi, bem como o programa e os procedimentos específicos de AML da sua unidade de negócio, incluindo os que requerem diligências apropriadas para a aceitação de relacionamentos com clientes e, quando necessário, transacções individuais. Nenhum relacionamento comercial com um cliente é mais importante do que o nosso compromisso em matéria de luta contra o branqueamento de capitais, o financiamento de actividades terroristas e outros crimes. O Citi está empenhado em cooperar com estes esforços dentro do limite máximo permitido pela lei.

Qualquer questão relacionada com os esforços do Citi em relação ao combate contra o branqueamento de capitais e o financiamento de actividades terroristas podem ser dirigidas para o Departamento Global de Combate ao Branqueamento de Capitais (AML), para o departamento de compliance da sua unidade de negócio ou para o Gabinete Global de Compliance.

Para obter mais informações, consulte a Política Global de Combate Contra o Branqueamento de Capitais do Citi ("Citi Global Anti-Money Laundering Policy") em www.citigroup.com/policies/index.html.

Comunicação de actividades suspeitas

Nos EUA e em muitos países, é exigido às instituições financeiras que identifiquem e comuniquem às autoridades governamentais quaisquer transacções ou contas suspeitas que possam estar relacionadas com possíveis violações da lei, incluindo, entre outras, o branqueamento de capitais, o financiamento de actividades terroristas, a utilização abusiva de informação privilegiada, a fraude e a apropriação indevida de fundos. O Citi exige a todas as suas unidades de negócio a implementação de procedimentos para monitorizar qualquer actividade

suspeita que esteja relacionada com contas e transacções, de modo a que, se necessário, a actividade suspeita possa ser comunicada às autoridades governamentais competentes. É da sua responsabilidade compreender e seguir os procedimentos de AML e de comunicação adoptados na sua unidade de negócio. Esta questão reveste-se de uma particular importância se lidar com clientes, transacções ou registos financeiros. Se não tiver a certeza das suas responsabilidades, contacte o Responsável pelo Compliance de AML da sua unidade de negócio.

Presentes e entretenimento

Aceitação de presentes e entretenimento. Regra geral, não deve aceitar presentes nem quaisquer itens de valor (incluindo entretenimento) provenientes de clientes ou fornecedores actuais ou potenciais do Citi. Nunca deve aceitar um presente em circunstâncias em que possa parecer aos demais que o seu discernimento está comprometido. De mais na forma, não deve aceitar nem permitir que um familiar próximo aceite presentes, serviços, empréstimos ou tratamento preferencial proveniente seja do quem for (clientes, fornecedores ou outros) em troca de uma relação comercial passada, presente ou futura com o Citi.

Não podem ser aceites, em circunstância alguma, presentes em dinheiro ou seus equivalentes (por exemplo, vales ou cheques pessoais). Os presentes não monetários podem ser aceites quando permitidos pela lei aplicável se (1) o respectivo valor nominal for inferior ou igual a 100 USD; (2) forem refeições e entretenimento apropriados, oferecidos habitualmente e de valor razoável; em que quem oferece está presente, tais como refeições de negócios ou eventos desportivos ocasionais; ou (3) forem presentes apropriados, oferecidos habitualmente e de valor razoável, baseados em relações familiares ou pessoais e claramente sem intenções de influenciar a actividade do Citi.

Os fornecedores ou clientes patrocinam ocasionalmente eventos em que as pessoas, presentes podem participar em sorteios e receber prémios. Os critérios de selecção dos vencedores e o valor desses prémios podem variar significativamente e poderão aparentar ser impróprios. Verifique a política específica da sua unidade de negócio no que diz respeito a esses eventos e cumpra quaisquer restrições aplicáveis. Se tiver quaisquer questões acerca da conveniência da aceitação de presentes, convites, sorteios ou outros prémios, deverá debater o assunto com o

seu supervisor e com o responsável pelo compliance antes de participar ou aceitar os mesmos.

Em determinadas situações, pode ser conveniente aceitar um presente e colocá-lo num expositor do Citi, doá-lo a uma obra de caridade em nome do Citi, ou fazer uma doação à Citi Foundation de um montante equivalente ao "valor de mercado justo" do presente. Consulte a política específica da sua unidade de negócio ou o responsável pelo compliance para obter orientações adicionais.

Determinadas unidades de negócio do Citi possuem políticas suplementares em termos de aceitação de presentes e entretenimento, políticas essas que podem ser mais restritivas e/ou exigir aprovações ou relatórios adicionais. É da sua responsabilidade cumprir as políticas aplicáveis a si. Deve comunicar a aceitação de presentes de acordo com a política que a sua unidade de negócio possui relativamente a essa matéria. Se pertencer a uma unidade de negócio institucional ou se não estiver de outro modo sujeito a uma política de unidade de negócio aplicável, todos os presentes, para além das excepções supramencionadas nos pontos (1) a (3), devem ser comunicados por escrito ao seu supervisor, devendo ser entregue uma cópia ao responsável pelo compliance.

Oferta de presentes e entretenimento

Em determinadas circunstâncias, a oferta de presentes e entretenimento pode ser vista pelas outras pessoas como um conflito de interesses ou, em casos extremos, suborno. Se a oferta de um presente ou de entretenimento puder ser considerada como um pagamento por qualquer transacção empresarial ou governamental ou por algum favor governamental, não deverá oferecer o presente nem proporcionar o entretenimento. Poderão ser oferecidos presentes e entretenimento adequados a clientes por pessoas com autorização para o fazer, estando essas ofertas sujeitas aos procedimentos aplicáveis à sua unidade de negócio ou região.

A capacidade de oferecer presentes ou entretenimento a representantes governamentais é governante limitada, tanto pelas políticas do Citi como pela lei. Muitos países, estados e jurisdições locais, incluindo os EUA, têm legislação que restringe os presentes e o entretenimento (por exemplo, refeições, entretenimento, transportes, alojamento e outros itens de valor) que podem ser oferecidos a representantes governamentais. Além disso, poderá ter de comunicar a participação de representantes governamentais em eventos do Citi. É da sua responsabilidade familiarizar-se com as restrições

relacionadas com as ofertas de presentes e entretenimento aplicáveis a si e cumprir todos os requisitos de pré-aprovação e comunicação.

Para obter mais informações, consulte a Política de Gestão de Despesas do Citi e a Política sobre Actividades que Envolvem Funcionários Públicos Norte-Americanos ("Citi Expense Management Policy and the Policy on Activities Involving U.S. Public Officials") em www.citigroup.net/policydirectory.

Lei norte-americana sobre práticas de corrupção no estrangeiro ("Foreign Corrupt Practices Act") e leis anti-suborno

Todas as unidades de negócio do Citi estão sujeitas às leis anti-suborno dos países onde operamos, bem como à lei norte-americana sobre práticas de corrupção no estrangeiro ("Foreign Corrupt Practices Act" - FCPA) de 1977. A FCPA proíbe os subornos, de quais incluem qualquer pagamento inapropriado, ou a promessa de pagamento, ou a entrega de um item de valor a representantes estrangeiros (incluindo qualquer funcionário ou representante de um governo estrangeiro, representantes de um partido político estrangeiro, representantes de organizações internacionais públicas, candidatos ao Ministério dos Negócios Estrangeiros e funcionários de empresas públicas). Em circunstância alguma deverá oferecer algo de valor a um representante governamental (ou a membros da família do mesmo, ou a uma organização de caridade sugerida por esse representante) com o objectivo de influenciar o destinatário a tomar ou a não tomar uma decisão oficial ou de induzir o destinatário a efectuar negócios com o Citi.

São proibidos os pagamentos indevidos para benefício de um representante governamental, ainda que efectuados indirectamente através de um consultor, provedor ou outro intermediário. Além dos pagamentos e presentes, oferecer oportunidades de emprego a um representante governamental ou a um membro da sua família pode igualmente violar as leis anti-suborno. Os "pagamentos facilitadores" ("facilitating payments") são pequenos pagamentos efectuados a representantes governamentais de um escalão hierárquico baixo para apressar ou assegurar a realização de uma acção governamental não discricionária e de rotina. Existem regras em relação aos "pagamentos facilitadores" e muitos países proíbem estes pagamentos. Os "pagamentos facilitadores" apenas podem ser efectuados com a aprovação prévia específica do responsável jurídico ou do responsável pelo compliance da sua unidade de negócio e apenas quando estes pagamentos

não violam a legislação local e são devidamente comunicados.

Para assegurar a conformidade com a legislação local e com a FCPA, é de sua responsabilidade cumprir todos os requisitos de pré-aprovação e comunicação.

Para obter mais informações, consulte a Política relativa à Lei sobre Práticas de Corrupção no Estrangeiro ("Foreign Corrupt Practices Act") e as Leis Anti-Suábico do Citi, bem como a Política de Gestão de Despesas do Citi, em www.citigroup.net/policies/practices.

Citação e gestão de informação e registos

As informações e os registos, conforme definidos pela Política de Gestão de Registos do Citi ("Citi's Records Management Policy"), que são dados, recibos, utilizados e geridos pelo Citi devem ser precisos e completos. É da sua responsabilidade a integridade dos dados e das informações, incluindo relatórios e documentos sob o seu controlo. Os registos devem ser mantidos de forma suficientemente detalhada de modo a reflectir com precisão todas as transacções do Citi. Tal inclui uma contabilidade adequada e controlos financeiros internos.

Deve ter bom senso e cumprir as normas profissionais em termos de conteúdo e linguagem ao criar registos da sua unidade de negócio e outros documentos, incluindo mensagens de correio electrónico, mensagens SMS e outras mensagens instantâneas, que podem vir a ser visualizadas, utilizadas ou conservadas pelo Citi ou por terceiros. Não se pode esquecer de que, numa data futura, o Citi ou terceiros podem utilizar ou interpretar o documento exclusivamente de acordo com o mesmo é apresentado, sem o benefício de qualquer memória ou contexto adicional. Está proibido destruir ou alterar quaisquer registos que sejam potencialmente relevantes para o caso de haver uma violação da lei, uma queixa legal ou um litígio, ou para qualquer processo ou investigação governamental pendente, anunciada ou previsível.

Os registos devem ser identificados, classificados, retidos e eliminados de acordo com a Política de Gestão de Registos do Citi ("Citi's Records Management Policy"), disponível em www.citigroup.net/policies/practices.

Relatórios financeiros e fiscais

As demonstrações financeiras devem sempre reflectir de forma verdadeira e apropriada, em todos os aspectos materialmente relevantes, a condição financeira e o resultado das operações do Citi, em conformidade com os princípios contabilísticos geralmente aceites.

O Citi está igualmente empenhado em manter registos precisos respeitantes a assuntos fiscais e a cumprir as suas obrigações declarativas em matéria fiscal em conformidade com os termos e o espírito global da legislação aplicável.

Relacionamentos com fornecedores

Para utilizar da melhor forma os bens do Citi e tirar partido do nosso poder de compra, com o intuito de atribuir valor aos nossos clientes e acionistas, o Citi adquire todos os bens e serviços com base no preço, qualidade, disponibilidade, termos e serviço. Todas as unidades de negócio devem cumprir a Política de Gestão e Seleção de Fornecedores do Citi ("Citi Supplier Selection and Management Policy"). Os contratos de fornecimento de bens e/ou serviços devem ser celebrados através dos Serviços de Aquisição do Citi. Quando o Citi negocia com outras unidades de negócio ou clientes do Citi, essas transacções devem ser consistentes com as regras de concorrência dos mercados e obedecer à legislação aplicável. Além disso, o Citi encoraja vivamente a contratação de serviços prestados por fornecedores do sexo feminino ou pertencentes a minorias, de acordo com o Programa de Diversidade de Fornecedores do Citi.

Os fornecedores devem obedecer a toda a legislação aplicável, a este Código de Conduta e às políticas do Citi e concordar em manter a confidencialidade de qualquer relacionamento com o Citi, exceto se a divulgação do mesmo tiver sido aprovada e autorizada pelo Citi. Os fornecedores são encorajados a comunicar e a seguir as directrizes éticas, sociais e ambientais definidas no Código de Conduta do Citi no seio das suas organizações e na sua cadeia de fornecimento alargada. Os relacionamentos com fornecedores podem estar sujeitos a outras restrições ou obrigações de divulgação de documentos da legislação em matéria de valores mobiliários ou de outras leis.

Se for responsável pelo relacionamento com um cliente, nunca deve levar um fornecedor ou cliente a acreditar que este pode influenciar indevidamente quaisquer decisões de aquisição do Citi. Relativamente à oferta ou apresentação de um negócio a um fornecedor ou cliente, não deve oferecer qualquer contrapartida nem sugerir que um negócio ou serviço pode ser recusado ou atribuído em troca do negócio oferecido ou apresentado. Os conflitos de interesse reais ou perceptíveis no processo de aquisição devem ser imediatamente denunciados e invalidados.

As informações relativas às aquisições de bens e serviços por parte do Citi estão sujeitas às políticas da Empresa referentes a informações confidenciais.

e protegidas por direitos de propriedade intelectual. Estas apenas podem ser partilhadas internamente com outras pessoas previamente designadas por funcionários autorizados e não podem ser transmitidas para fora do Citi, excepto se houver autorização prévia. Qualquer comunicação de informação referente a fornecedores deve cumprir as normas governamentais locais.

Para obter mais informações, consulte a Política de Gestão e Seleção de Fornecedores do Citi em www.citigroup.net/policydirectory

Actividades e contribuições políticas

Enquanto cidadão, pode ter interesse no processo governamental, ou em influenciar ou desenvolver relacionamentos com funcionários públicos. No entanto, a participação no processo governamental a nível internacional ou nos EUA, a nível federal, estatal ou local, pode acarretar responsabilidades e implicações legais para o Citi. Dependendo da jurisdição, tal pode ser o caso, ainda que esteja a agir a título pessoal e não enquanto representante da Empresa.

As actividades políticas do Citi são regidas por uma série de leis. Qualquer actividade política não autorizada praticada por si pode resultar numa violação da lei, numa sanção criminal ou civil, numa proibição comercial e/ou num risco para a reputação do Citi.

Neste âmbito, as actividades políticas incluem:

- (1) Efectuar contribuições políticas a nível empresarial, solicitar contribuições políticas, utilizar os fundos ou recursos do Citi (tais como instalações, meios ou funcionários) ou oferecer serviços pessoais durante o horário de trabalho da Empresa em nome de um candidato em campanha para um cargo público, comité de partido político ou comité político;
- (2) Exercer influência ou contactar directamente funcionários públicos com objectivos semelhantes, incluindo tentativas de influenciar a legislação e, dependendo da jurisdição, tentativas de influenciar as entidades reguladoras ou a concessão de contratos governamentais ("lobbying"); e;
- (3) Procurar obter, aceitar ou exercer qualquer cargo político associado ao governo, incluindo qualquer junta governamental, comissão ou outra organização semelhante.

Para evitar qualquer violação da lei por parte do Citi, garantir que são efectuadas as divulgações legais adequadas relativamente ao Citi e/ou

aos seus colaboradores, as actividades políticas descritas acima requerem a aprovação prévia do Gabinete Global de Assuntos Governamentais (GGA - "Citi's Global Government Affairs Office") do Citi, a menos que esteja sujeito a uma política mais restritiva na sua unidade de negócio.

Uma vez que efectuar contribuições políticas pessoais a candidatos com cargos ou concorrentes a cargos federais poderá requerer igualmente a pré-aprovação em determinadas jurisdições, consulte a política específica da sua unidade de negócio, o GGA ou o responsável pelo compliance para obter mais orientações.

O GGA representa todas as unidades de negócio do Citi no que diz respeito a influenciar a legislação ou o processo de regulamentação. Um funcionário que não pertence ao GGA não deve, sob circunstâncias alguma, apresentar-se como um representante de relações governamentais nem incluir um título de relações governamentais no seu papel timbrado ou cartão de visita do Citi.

Para obter mais informações, consulte a página de Internet do Gabinete Global de Assuntos Governamentais do Citi em www.citigroup.net/ggaa e a Política sobre Actividades que Envolvem Funcionários Públicos Norte-Americanos em www.citigroup.net/policydirectory.

Utilização abusiva de informação privilegiada

A política do Citi e a legislação de muitos países proíbem a negociação de valores mobiliários (incluindo acções, títulos convertíveis, opções, obrigações e quaisquer índices de acções contendo o título) de qualquer empresa enquanto possuir quaisquer informações não públicas relevantes ("informações privilegiadas") sobre essa empresa. Esta proibição é aplicável aos títulos do Citi, bem como aos títulos de outras empresas. Da mesma forma, é aplicável a transacções de qualquer conta do Citi, conta de cliente ou conta pessoal. Uma conta pessoal é qualquer conta na qual tem um benefício ou interesse financeiro ou em relação à qual tem o poder de afectar ou a capacidade de influenciar decisões comerciais ou de investimento, tanto directa como indirectamente. Tipicamente, as contas pessoais incluem contas de cônjuges, parceiros, descendentes ou outros membros do seu agregado familiar e contas sobre as quais tenha liberdade de investimento.

Caso julgue que obteve informação privilegiada, não pode efectuar qualquer transacção com os títulos da empresa em questão sem primeiro consultar o departamento jurídico da sua unidade de negócio,

o qual irá então determinar se se negócio violaria a política do Citi ou as leis aplicáveis. A definição de "informação não pública relevante" é vasta. A informação é considerada "relevante" (e, portanto, potencialmente sujeita a uma proibição de utilização abusiva de informação privilegiada) se existir uma forte probabilidade de um investidor razoável a considerar importante para determinar se deve negociar um título ou se a informação, uma vez tornada pública, pode vir muito provavelmente a afectar o preço de mercado dos títulos de uma empresa. A informação podem ser relevante mesmo que esteja relacionada com eventos futuros, especulativos ou contingentes, e mesmo que apenas seja significativa quando considerada em combinação com informações publicamente disponíveis. A informação é considerada "não pública", a não ser que tenha sido publicamente divulgado e que os mercados de valores mobiliários tenham tido tempo suficiente para a absorver. Exemplos de divulgação adequada incluem a entrega pública de toda a documentação junto das autoridades reguladoras de valores mobiliários e a emissão de comunicados de imprensa, podendo incluir também reuniões com membros da imprensa e da sociedade civil.

É também legal em muitos países fazer "sugestões" ("tips") ou transmitir informação privilegiada a qualquer pessoa, caso saiba, ou tenha suspeitas razoáveis, que a mesma irá utilizar essa informação de forma abusiva, negociando títulos ou transmitindo a informação a terceiros, mesmo que não receba qualquer benefício monetário da pessoa em causa. Comunicar ou negociar com base em qualquer informação não pública relevante pode também constituir numa violação das obrigações contratuais assumidas pelo Citi para com ou em nome de clientes. As consequências das violações de utilização abusiva de informação privilegiada podem ser graves, incluindo a rescisão do contrato de trabalho, sanções civis e/ou criminais para si, a pessoa ou pessoas a quem foram fornecidas informações e o Citi, bem como danos irreparáveis à nossa reputação e à confiança do público.

Para obter mais informações, consulte a Política de Utilização Abusiva de Informação Privilegiada ("Insider Trading Policy") em www.citigroup.net/pol/insidetrading

Investimentos pessoais em títulos do Citi e em outros títulos

Os investimentos em títulos do Citi (ou nos títulos das suas empresas subsidiárias cotadas em bolsa) em contas pessoais devem ser efectuados com uma orientação a longo prazo e como parte de uma estratégia de investimento mais ampla.

Está proibido de negociar títulos cotados em bolsa (incluindo títulos do Citi) nas suas contas pessoais se possuir quaisquer informações não públicas relevantes sobre o título ou o respectivo emissor. Consulte a secção deste Código intitulada "Utilização Abusiva de Informações Privilegiadas" para obter a definição de informações não públicas relevantes e de contas pessoais.

Os colaboradores e outros representantes de determinadas unidades de negócio do Citi podem estar sujeitos a restrições e políticas adicionais em relação à negociação pessoal de títulos (incluindo títulos do Citi). Estas restrições podem incluir requisitos de autorização prévia e comunicação das transacções efectuadas. Para além disso, os directores do Citi e os nossos quadros dirigentes de nível superior estão também sujeitos a relatórios periódicos e a outras restrições legais em relação à negociação pessoal de títulos (incluindo títulos do Citi). É da sua responsabilidade conhecer e cumprir as políticas da unidade de negócio ou de Empresa relativas à negociação de títulos que lhe possam ser aplicáveis.

Não deve efectuar nenhum investimento pessoal numa empresa caso o investimento possa afectar ou parecer afectar a sua capacidade de tomar decisões comerciais imparciais relativamente ao Citi. Se fez um investimento desse tipo antes de passar a fazer parte do Citi ou se a sua posição no Citi se alterou de forma a criar um conflito de interesses ou a aparência de um conflito desta natureza, deve comunicar imediatamente estes factos ao director da sua unidade de negócio ou a outro pessoa designada pela mesma. Os investimentos sujeitos a esta disposição incluem investimentos numa empresa pública ou privada que seja fornecedora ou concorrente do Citi, ou que tenha negócios ou esteja a efectuar uma transacção com o Citi.

Esta disposição não é aplicável a investimentos pessoais em empresas que têm uma relação comercial com a Empresa que é exclusivamente a de um cliente de produtos do Citi disponíveis para clientes numa situação semelhante e, essencialmente, na mesma base, ou a investimentos abaixo de 1% das acções cotadas em bolsa de uma empresa. Os investimentos em títulos que não sejam do Citi podem, em determinadas circunstâncias, levantar preocupações em relação a conflitos de interesse. Consulte a secção "Conflitos de Interesse dos Funcionários" deste Código para obter mais informações acerca de conflitos de interesse em relação a investimentos pessoais.

As unidades de negócio do Citi que ofereçam oportunidades de co-investimento aos colaboradores devem fazê-lo de acordo com um plano de

co-investimento aprovado por escrito pelos Directores da unidade de negócio e do Departamento de Recursos Humanos. Se co-investir com qualquer entidade do Citi, é da sua responsabilidade ter conhecimento e cumprir os termos do plano de co-investimento.

O Citi reserva-se o direito de monitorizar qualquer conta em caso de actividade suspeita, estando as contas sujeitas aos requisitos de relatórios legais aplicáveis.

Conflitos de interesse dos colaboradores

Tem de estar atento a quaisquer actividades, interesses ou relações que possam interferir, ou mesmo apenas parecer interferir, com a sua capacidade de agir no melhor interesse do Citi e dos nossos clientes. Os tópicos indicados abaixo constituem apenas algumas das áreas nas quais podem surgir conflitos de interesse reais ou perceptíveis. Uma vez que é impossível descrever todos os potenciais conflitos, o Citi depende necessariamente do seu compromisso em exercer julgamentos acertados, procurar conselhos quando for apropriado e seguir os mais elevados padrões éticos. Várias unidades de negócio têm políticas específicas em relação a conflitos de interesse potenciais. Para além disto, são aplicáveis regras adicionais a determinados directores e quadras dirigidas superiores. É de sua responsabilidade ter conhecimento e cumprir as políticas relevantes que lhe são aplicáveis.

Actividades empresariais externas

Quando um funcionário do Citi tem funções de director numa empresa não afiliada, com fins lucrativos e cotada em bolsa (um "Cargo de Director Externo"), existe o risco de atribuição de responsabilidades ao indivíduo enquanto director, bem como o risco de este ter de despendar grandes períodos de tempo a gerir os assuntos da empresa privada, interferindo assim com as suas responsabilidades no Citi. Por estas e por outras razões, o Citi desaconselha veementemente que os funcionários a tempo inteiro procurem obter ou aceitar cargos de director externos.

Para além da política sobre cargos de director externos, não pode envolver-se noutras actividades empresariais externas, incluindo actividades sem fins lucrativos, no caso de existir ou poder vir a existir um conflito de interesses real ou perceptível. É-lhe também exigido o cumprimento de quaisquer políticas da sua unidade de negócio e do Citi, das regulamentações e da legislação aplicáveis. É da sua responsabilidade identificar e comunicar qualquer actividade ou relacionamento que possam causar um conflito de interesses aparente ou potencial e avaliar com o seu supervisor e o

responsável pelo compliance os possíveis conflitos que daí possam resultar.

Para obter mais informações, consulte a Política sobre Cargos de Director Externos e Interesses Empresariais do Citi ("Citi Policy on Outside Directorships and Business Interests"), em www.citi.com/retail/bol/en/directory.

Oportunidades de negócio

Tem o dever para com o Citi de promover os seus interesses legítimos quando a oportunidade surgir. Não pode tirar benefício próprio de uma potencial oportunidade de negócio descoberta no decurso do exercício das suas funções ou da sua actividade no Citi ou através da utilização de propriedade, informações ou posições empresariais. Da mesma forma, não pode concorrer com o Citi.

Transacções comerciais com entidades e indivíduos relacionados

Tem de notificar o seu supervisor sobre qualquer relação ou transacção comercial proposta que o Citi possa ter com qualquer empresa na qual você ou pessoas/entidades consigo relacionadas tenham um interesse directo ou indirecto, ou da qual você ou uma pessoa/entidade consigo relacionada possam tirar proveito, ou onde uma das pessoas relacionadas esteja empregada, caso tal relação ou transacção possa induzir um conflito de interesses (por exemplo, se você ou um familiar possuem ou controlarem uma propriedade de valor significativo que o Citi esteja a comprar ou arrendar).

Este requisito normalmente não se aplica se o interesse existente resultar exclusivamente da posse de menos de 1% das acções cotadas de tal empresa. Também se encontra excluída qualquer relação comercial que consista exclusivamente no fornecimento de um serviço ou produto do Citi, tal como um depósito, um empréstimo, uma conta de correnta ou um cartão de crédito, que é normalmente oferecido a outras pessoas/entidades nos mesmos termos.

Transacções comerciais em nome pessoal

Os colaboradores do Citi e respectivos familiares são encorajados a utilizar o Citi para as suas necessidades de serviços financeiros pessoais. Contudo, tais serviços devem ser fornecidos nos mesmos termos em que são fornecidos a outras pessoas numa situação semelhante. Qualquer acordo comercial que não cumpra os termos habitualmente aplicáveis entre os colaboradores do Citi e o Citi deve ser previamente aprovado pelo director da sua unidade de negócio e pelo compliance. Da mesma forma, não deve receber qualquer tratamento preferencial por parte de

fornecedores ou clientes sem a aprovação prévia do director da sua unidade de negócio e do responsável pelo compliance, a menos que tal tratamento preferencial esteja disponível nos mesmos termos para todas as pessoas em situação semelhante.

Contribuições para obras de caridade

O Citi tem um papel importante no que diz respeito ao apoio às comunidades nas quais desenvolvemos a nossa actividade. As contribuições para obras de caridade fundadas pelo Citi devem apoiar os objectivos filantrópicos da Empresa e ser atribuídas a várias instituições de caridade. De forma a evitar transacções com instituições de caridade inadequadas (por exemplo, instituições que financiam actividades terroristas ou que estão envolvidas em branqueamento de capitais, fraude ou outra actividade criminosa), devem seguir-se os Procedimentos Globais de Combate Contra o Branqueamento de Capitais (AML) e de Devida Diligência para Contribuições para Obras de Caridade do Citi ("Citi Global Anti-Money Laundering ("AML") Grantmaking and Charitable Giving Due Diligence Procedures") em www.citigroup.net/policydirectory.

As contribuições para obras de caridade não podem ser efectuadas pelo Citi nem solicitadas por um funcionário, cliente, fornecedor, representante governamental ou outro parceiro comercial como uma condição para uma decisão comercial ou para influenciar a mesma (sem contrapartidas), nem ser efectuadas para benefício individual.

Os responsáveis pela aprovação das contribuições para obras de caridade devem rever estes pedidos de forma a garantir que os mesmos não criam qualquer conflito ou conduta incorrecta aparentes.

O local de trabalho do Citi deve estar livre de influências externas. As doações a título individual para organizações de caridade devem ser confidenciais e completamente voluntárias, estar isentas de qualquer impacto em decisões de contratação ou indemnização e estar em conformidade com todas as políticas de não solicitação.

Para obter mais informações, consulte a Política de Contribuições para Obras de Caridade do Citi ("Citi Policy on Charitable Contributions") em www.citigroup.net/policydirectory.

Mercados justos e livres

O Citi está empenhado em promover mercados livres e competitivos. Não será tolerada, por parte de um representante do Citi, qualquer tentativa de manipulação ou adulteração dos mercados ou preços de títulos, opções, contratos futuros ou outros

instrumentos financeiros. O objectivo do Citi consiste em garantir a sinceridade e honestidade de todas as suas transacções, incluindo as realizadas com qualquer entidade governamental federal, estatal ou local, participante ou não aos EUA, com qualquer organização autónoma da qual o Citi ou qualquer uma das suas respectivas entidades afiliadas seja membro e como público.

Relatórios obrigatórios dos colaboradores

Excepto se proibido pela lei local, deve notificar o responsável pelo compliance e o representante do departamento de recursos humanos se estiver a ser ou já tiver sido sujeito a qualquer detenção, intimidação, citação, processo crimina, acusação ou condenação por qualquer infracção criminal, incluindo qualquer sujeição a prisão preventiva ou a uma pena semelhante.

Obrigação de reembolsar despesas legais

Caso proveja ter de pagar despesas legais para se defender numa acção civil ou criminal, numa acção judicial ou num processo resultante do seu serviço enquanto responsável, director ou funcionário do Citi, pode solicitar ao Citi que lhe forneça um advogado para o representar. Se a administração determinar, com base em regulamentação e na lei aplicável, que tem direito a representação e se, por qualquer motivo, um advogado nomeado pelo Citi não o puder representar (por exemplo, se existir um conflito de interesses), o Citi irá adiantar-lhe o valor dos honorários e despesas relativos à contratação de um advogado externo para o representar. Ao efectuar este pedido, concorda em reembolsar ao Citi todas as despesas caso se venha a verificar que não tem direito a uma indemnização. A decisão sobre o seu direito a uma indemnização será tomada pelo Conselho de Administração da entidade do Citi que adiantou o valor das despesas.

Planos, programas e acordos de compensação

No Citi, todos os planos, programas e acordos de compensação e qualquer compensação prevista a pagar estão sujeitos a todas as leis e regulamentos aplicáveis, com as respectivas alterações periódicas, incluindo regulamentos que regem as compensações emitidas ao abrigo da lei norte-americana "Emergency Economic Stabilization Act" de 2008, com as respectivas alterações. Nestes termos, na medida permitida pelas leis e regulamentos aplicáveis, o Citi poderá efectuar as alterações que considerar necessárias aos seus planos, programas e acordos de compensação, a seu livre critério, de modo a permitir que estes cumpram ou satisfaçam quaisquer requisitos ou directivas legais, regulamentares ou governamentais ou para que se qualifiquem para

qualquer empréstimo governamental, investimento, subsídio ou outro programa.

Interação com os media e eventos públicos

Todas as solicitações por parte dos meios de comunicação social relacionadas com o Citi devem ser remetidas para o Gabinete Global de Comunicações e Relações Públicas ("Global Communications and Public Affairs Office"), quer directamente, quer através do seu gabinete local de relações públicas ou comunicação. Apenas os indivíduos oficialmente designados pelo Gabinete Global de Comunicações e Relações Públicas podem prestar declarações, oficiais ou oficiais, ou fornecer qualquer material para publicação aos meios de comunicação, isto inclui qualquer interação com os meios de comunicação, seja ela formal ou informal, independentemente do assunto. Se for contactado por um membro dos meios de comunicação, deverá remeti-lo para o Gabinete Global de Comunicações e Relações Públicas.

O Gabinete Global de Comunicações e Relações Públicas é a única entidade autorizada a emitir comunicados de imprensa ou declarações públicas em nome do Citi. Os funcionários não podem autorizar nem envolver-se em quaisquer actividades de relações públicas relacionadas com o Citi com clientes, fornecedores ou terceiros sem a autorização prévia do Gabinete Global de Comunicações e Relações Públicas.

Antes de publicar ou enviar qualquer material em suporte de papel ou em formato electrónico (incluindo livros, artigos, podcasts, webcasts, blogs, publicações em sites da internet, fotografias, vídeos ou outros), efectuar discursos, dar entrevistas ou realizar aparições públicas onde o Citi, as nossas actividades, clientes, funcionários ou serviços sejam mencionados, deve obter a aprovação do seu supervisor do responsável local pelo departamento de relações públicas ou comunicações para a sua unidade de negócio ou região e do Gabinete Global de Comunicações e Relações Públicas. Fora dos EUA, esta aprovação deve ser concedida pelo Responsável Regional do Departamento de Relações Públicas. A aprovação é obrigatória, independentemente dos equipamentos do Citi serem ou não utilizados.

O Citi emitiu directrizes para garantir que os funcionários não infringem os requisitos de divulgação pública quando comunicam com investidores, analistas ou a imprensa. Estas directrizes fazem parte do compromisso do Citi de cumprir totalmente a Regulamentação de Divulgação Justa ("Regulation Fair Disclosure") da SEC ("Securities and Exchange Commission") dos EUA. Para garantir

o compliance com estas directrizes, deve consultar o Departamento de Relações com os Investidores antes de organizar ou participar em qualquer reunião com investidores ou analistas.

Para obter mais informações, consulte a Política de Divulgação e Comunicação Públicas para os Gestores do Citi ("Public Disclosure and Communication Policy for Citi Managers") em www.citigroup.net/policydirectors.

Compromisso para com o meio ambiente

A maioria dos países tem legislação e regulamentação relacionadas com a protecção do meio ambiente. Para além disso, o Citi tomou um papel de liderança na gestão das suas unidades de negócio de uma forma ambientalmente responsável. Desenvolvemos e adoptámos os Princípios do Equador, os quais são um conjunto de directrizes sociais e ambientais para o financiamento de projectos de infra-estruturas. De acordo com a nossa Política de Gestão de Riscos Ambientais e Sociais (ESRM), seguimos um processo semelhante para transacções empresariais em que o uso dos rendimentos é conhecido. As iniciativas ambientais do Citi incluem igualmente esforços para reduzir o nosso impacto ambiental através de projectos ecológicos e programas de eficiência energética, bem como uma iniciativa a implementar em todo o Citi durante um prazo de dez anos, ascendendo a um montante global de vários milhares de milhões de dólares, com o objectivo de financiar e investir em soluções para as alterações climáticas.

Para obter mais informações sobre as iniciativas do Citi relacionadas com as alterações climáticas e outras iniciativas ambientais, consulte o Relatório de Cidadania anual em www.citigroup.com/citi/citiplan/index.htm.

É da sua responsabilidade apoiar estas iniciativas e implementar as que são aplicáveis à sua unidade de negócio. As oportunidades ou os riscos ambientais que podem decorrer das nossas operações devem ser identificados e geridos de acordo com a política do Citi, as regulamentações e a legislação aplicáveis. Quaisquer questões relativas a preocupações ambientais devem ser dirigidas ao Departamento de Risco, ao Departamento de Assuntos Ambientais Empresariais, à Unidade de ESRM ou ao departamento jurídico da sua unidade de negócio.

Para obter mais informações, consulte a Política de Gestão Ambiental e Responsabilidade Social ("Environmental and Social Responsibility Management Policy") em www.citigroup.net/policy/environment/policies.htm.

Leis anti-boicote

A legislação dos EUA proíbe que indivíduos norte-americanos participem em ações ou celebrem contratos que promovam qualquer boicote não autorizado a um país que tenha relações amigáveis com os EUA.

Esta proibição aplica-se a indivíduos que se encontrem nos EUA (incluindo particulares e representantes de empresas), cidadãos norte-americanos e residentes permanentes em qualquer local do mundo, bem como diversas actividades de empresas subsidiárias dos EUA no estrangeiro.

De uma forma geral, estas leis proíbem as ações indicadas em seguida e qualquer acordo que vise a realização das mesmas, as quais podem promover qualquer boicote não aprovado pelos EUA: (1) recusa em negociar com outras pessoas ou empresas (devido à nacionalidade das mesmas, por exemplo); (2) discriminação nas práticas de recrutamento; (3) fornecimento de informações acerca da raça, religião, sexo ou nacionalidade de origem de qualquer indivíduo norte-americano; (4) fornecimento de informações acerca das relações comerciais ou das afiliações de qualquer pessoa em relação a um país sujeito a boicote ou a qualquer pessoa suspeita de constar da lista negra de um país que esteja boicoteado; ou (5) utilização de letras de crédito com disposições de boicote proibidas. O Citigroup tem a obrigação de comunicar qualquer solicitação de realização de uma ação que possa infringir estas proibições ou qualquer tentativa de chegar a um acordo relativamente à realização desta ação. Deve ter ainda consciência de que as solicitações relacionadas com boicotes podem ser sutis e indirectas.

Para obter mais informações sobre as orientações legais e os requisitos de conformidade das leis Anti-boicote, consulte o manual em www.citigroup.net/legal/bolinesquidelines_dgm.html.

Conclusão

Nós, no Citigroup, aspiramos aos mais elevados padrões de conduta ética e profissional e trabalhamos para ganhar e manter a confiança dos nossos clientes, em cada dia que passa. Através das inúmeras decisões que tomamos e das ações que empreendemos todos os dias, afirmamos o nosso compromisso de cumprir este Código de Conduta e continuar a valorizar aos nossos clientes, aos nossos colaboradores, aos nossos acionistas e às nossas comunidades.

Este Código resume as principais políticas das quais deve ter consciência enquanto membro da

Embargos e sanções

O Citigroup está em total conformidade com as sanções económicas e os embargos norte-americanos que restringem indivíduos, empresas e, em alguns casos, empresas subsidiárias estrangeiras dos EUA de negociar com determinados países, grupos e indivíduos, incluindo organizações associadas a actividades terroristas e narcotráfico. Salvo se expressamente permitido pelo "U.S. Treasury Department's Office of Foreign Assets Control", as sanções económicas proíbem qualquer tipo de negociação com organizações e governos indicados, bem como com indivíduos e entidades que ajam em nome dessas organizações e governos. As proibições das sanções podem ainda restringir o investimento num país indicado, bem como o comércio de bens, tecnologia e serviços (incluindo serviços financeiros) com um país indicado. Os indivíduos norte-americanos não podem aprovar nem facilitar transações por parte de terceiros que esses indivíduos não possam fazer directamente.

Além disso, uma unidade de negócio do Citigroup poderá estar sujeita a sanções impostas ao abrigo da legislação local do país onde estiver localizada. Por exemplo, a implementação de sanções impostas pelas Nações Unidas ou pela União Europeia também poderá impor restrições ao Citigroup.

É da sua responsabilidade compreender e acatar a política do Citigroup nos países onde estiver localizada, bem como a legislação norte-americana. Em caso de conflito entre a legislação local e a legislação norte-americana, deverá alertar os departamentos Jurídico e de Compliance.

Para obter mais informações acerca das sanções económicas e dos embargos comerciais aplicados pelos EUA, consulte a Política de Controlo de Sanções do Citigroup ("Citigroup Sanctions Screening Policy") em www.citigroup.net/bolinesquidelines.

nossa comunidade global. Encorajamo-lo a procurar orientação ou ajuda adicional accedendo à página de internet do Directório de Políticas do Citigroup em www.citigroup.net/policydirectory ou pedindo ajuda ao seu supervisor, à Direcção, ao representante do departamento de recursos humanos, ao departamento jurídico da sua unidade de negócio, ao responsável pelo compliance, ao Gabinete de Ética do Citigroup, através do site de internet da sua unidade de negócio ou a qualquer um dos recursos listados na página que se segue.

Moradas e números de telefone úteis

Departamento de Auditoria e
Análise de Riscos (ARR)
399 Park Avenue, 3rd Floor
New York, NY 10043
212-559-9811

Serviços de Segurança e Investigação do Citi (CSIS)
399 Park Avenue, 3rd Floor
New York, NY 10043
212-793-9503

Governo das Sociedades ("Corporate Governance")
425 Park Avenue, 2nd Floor
New York, NY 10022
212-793-7396

Gestão de Riscos Ambientais e Sociais (ESRM)
388 Greenwich Street, 20th Floor
New York, NY 10013
212-816-4956

Departamento Jurídico Geral
399 Park Avenue, 3rd Floor
New York, NY 10043
212-559-5152

Departamento Global de Combate
contra o Branqueamento de Capitais
2 Court Square, 11th Floor
Long Island City, NY 11101
347-648-2364

Gabinete Global de Comunicações
e Relações Públicas
399 Park Avenue, 3rd Floor
New York, NY 10043
212-793-0710

Gabinete Global de Compliance
399 Park Avenue, 3rd Floor
New York, NY 10043
212-793-2291

Gabinete Global de Assuntos Governamentais (GGA)
101 Pennsylvania Ave. NW, Suite 1000
Washington, DC 20004
202-879-6862

Departamento de Relações com os Investidores
399 Park Avenue, 2nd Floor
New York, NY 10043
212-559-2718

Linha de Apoio Ético do Citi

Chamadas dentro dos EUA

866-ETHIC-99 (866-384-4299)

Chamadas fora dos EUA

Marque o indicativo nacional e, em seguida, o número 866-384-4299 ou, em alternativa,
ligue para o número 212-559-5842 (chamada directa ou a cobrar no destino)

Correio electrónico: ethicsconcern@citi.com
Fax: 212-793-1347

Morada: Citi Ethics Office
2 Court Square, 11th Floor
Long Island City, NY 11101
U.S.A.

Submissão através da página de internet:

www.citigroup.com/ethics/corporategovernance/ethicsconcern.htm

Disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana.

TODOS OS CONTACTOS SÃO CONFIDENCIAIS

Para obter uma lista completa dos Indicativos Nacionais para aceder à Linha de Apoio Ético,
consulte a página de internet de Linha de Apoio Ético em www.citigroup.com/ethicsconcern.

Declaração do Citi sobre Direitos Humanos

Introdução

O Citi possui cerca de 200 milhões de contas de clientes, emprega 279.000 funcionários e desenvolve a sua actividade em mais de 140 países.

Apoiamos a protecção e a preservação dos direitos humanos em todo o mundo e somos orientados pelos princípios fundamentais dos mesmos, tais como os indicados na Declaração Universal dos Direitos Humanos das Nações Unidas e nas Convenções Fundamentais da Organização Internacional do Trabalho (OIT). O nosso apoio a estes princípios é reflectido nas nossas políticas e acções em relação aos nossos colaboradores, fornecedores, clientes e países onde desenvolvemos a nossa actividade.

O Citi trata os seus colaboradores com respeito e dignidade e certificamo-nos de que as nossas políticas e acções respeitam as leis e regulamentações dos países onde operamos.

Esforçamo-nos por conduzir a nossa actividade de forma a apoiar os direitos humanos universais, reconhecendo que os nossos clientes e fornecedores assumem as suas próprias decisões relativamente a este assunto, mas trabalhando de forma a promover o respeito pelos direitos humanos através das nossas políticas e normas.

Respeitamos a soberania dos governos em todo o mundo e acreditamos que é da responsabilidade de cada nação proteger os direitos humanos dos seus cidadãos. Reconhecemos que as leis de alguns países onde desenvolvemos a nossa actividade diferem de algumas das normas globais de direitos humanos acima indicadas. Nestas circunstâncias, cumprimos as leis locais e, ao mesmo tempo, esforçamo-nos por seguir as nossas próprias normas internas, conforme reflectido nas nossas políticas empresariais, enquanto determinamos a forma de agir mais apropriada para promover o respeito pelos direitos humanos.

Como parte do compromisso do Citi em ser uma grande instituição de serviços financeiros, estabelecemos um conjunto de normas que reflectem as obrigações

de cada colaborador para com os clientes do Citi, para com os colegas e para com o franchisista. Estas normas incorporam os conceitos de integridade, negociação justa e diversidade como elementos importantes na promoção do legado do Citi.

Os nossos colaboradores

O Citi acredita que cada colaborador deve ser tratado com respeito e dignidade e deve trabalhar num ambiente livre de qualquer discriminação. Somos orientados por princípios, tais como os indicados nas Convenções Fundamentais da OIT, relativamente ao trabalho infantil e ao trabalho forçado, à liberdade de associativismo dos nossos funcionários e ao direito à organização e negociação colectiva e aos princípios de remuneração equitativa e não discriminação entre colaboradores.

O compromisso do Citi relativamente ao respeito pelos direitos humanos no local de trabalho é manifestado no nosso Código de Conduta e nas políticas e práticas de recursos humanos, as quais valorizam e promovem a diversidade dos nossos colaboradores, não tolerando a discriminação nem o assédio. Mantemos um ambiente de trabalho ético que reflecte os valores básicos da nossa empresa e oferecemos um local de trabalho seguro. Comunicamos também aos nossos colaboradores a posição do Citi relativamente aos direitos humanos, posição essa consistente com os direitos e responsabilidades indicados nas leis locais.

Os nossos fornecedores

O Citi esforça-se por apoiar os direitos humanos na sua cadeia de fornecedores, encorajando acções que sejam consistentes e que promovam os objectivos da Declaração do Citi sobre os Direitos Humanos e utilizando fornecedores cujos valores empresariais sejam consistentes com os nossos. Vemos o relacionamento com os nossos fornecedores como uma oportunidade para partilhar boas práticas e acreditamos num processo contínuo de aprendizagem, melhoria e evolução dos nossos processos de aquisição no que diz respeito aos direitos humanos.

Os nossos clientes

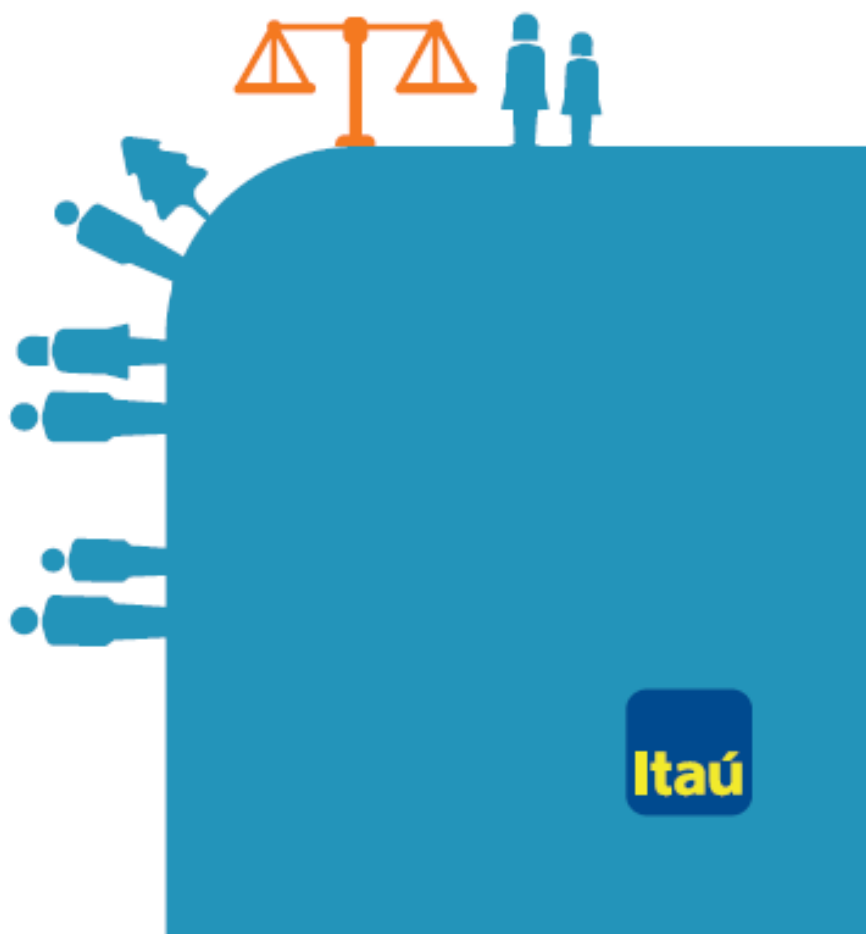
O Citi procura negociar com clientes que partilham os nossos valores relativamente aos direitos humanos. Exercitamos diligências apropriadas em relação aos nossos clientes para proteger o nosso franchisista e para assegurar que o Citi mantém elevados padrões éticos. Através do relacionamento com os nossos clientes, temos a capacidade de partilhar boas práticas que, segundo as nossas expectativas, irão contribuir para a promoção dos direitos humanos em todo o mundo.

O Citi opera num ambiente altamente regulamentado e está sujeito a inúmeras leis e regulamentações concebidas para assegurar que conhecemos os nossos clientes e que não permitimos que os nossos serviços sejam utilizados para fins impróprios, tais como o branqueamento de capitais ou o financiamento de actividades terroristas. O Citi está também sujeito a leis e regulamentações que proíbem o comércio com determinadas países, organizações e indivíduos. Para além disso, o Citi desenvolveu políticas internas, tais como a Política de Gestão de Riscos Ambientais e Sociais, que contém normas ambientais e sociais, incluindo a implementação dos Princípios do Equador em determinadas transacções. Estas leis, regulamentações e políticas ajudam-nos a determinar se é apropriado ou permissível iniciar determinadas relações comerciais ou transacções com os clientes.

Países anfitriões

Operando em mais de 100 países, o Citi está bem posicionado para ser uma influência construtiva sobre os direitos humanos nos países onde desenvolve a sua actividade. Respeitamos as leis, as práticas laborais, trabalho e os costumes dos países onde operamos. Ao mesmo tempo, estamos conscientes de que o nosso exemplo pode elevar os princípios de terceiros nos mercados onde desenvolvemos a nossa actividade. Avaliamos cuidadosamente cada país onde operamos de forma a proteger o nosso franchisista e a assegurar que o Citi pode negociar mantendo os nossos elevados padrões de conduta.

Código de Ética Itaú Unibanco



Código de Ética

Itaú Unibanco

Índice

Os fins e os meios.....	06
A importância dos Princípios de Ética	08
Nossos valores	10
Os Princípios de Ética do Itaú Unibanco	12
Práticas e condutas que consolidam nossos Princípios de Ética	14
Princípio da Identidade	15
• Responsabilidade corporativa	17
• Cumprimento de leis, normas e regulamentos	18
• Relações do trabalho	19
Princípio da Boa-fé	21
• Atitudes que são exemplos de boa-fé.....	22
Princípio da Interdependência	25
• Acionistas e investidores	26
• Clientes e consumidores	27
• Fornecedores, prestadores de serviços e parceiros de negócios e comerciais	28
• Setor público	29
• Terceiro setor	30

• Concorrentes	31
• Mídia	31
Princípio da Excelência	33
• Sobre condutas pessoais.....	34
• Sobre práticas e relacionamentos profissionais	36
• Sobre a gestão das finanças pessoais.....	38
• Sobre empréstimos, comércio e coletas entre colegas	39
• Sobre conflitos de interesses.....	39
- Proteção das informações e do know-how	40
- Operações financeiras pessoais.....	41
- Brindes, presentes e cortesias	41
- Atividades externas.....	42
- Relações comerciais.....	43
- Parentes na empresa	43
Abrangência e Gestão do Código de Ética	44
Comunicação de Desvios Éticos	46

Os fins e os meios

A Visão Itaú Unibanco – ser o banco líder em performance sustentável e em satisfação dos clientes – expressa nossa convicção de que organizações que desejam ser perenes não admitem o ganho a qualquer preço e de que seu sucesso depende de sua capacidade de liderar com ética e responsabilidade.

A sociedade cobra das grandes empresas transparência e comprometimento com os objetivos e compromissos assumidos. Pequenos deslizes podem arruinar em horas uma boa reputação e uma marca construídas ao longo de décadas.

Dentro dessa perspectiva econômica e social, eficiência e crescimento andam de mãos dadas com atitudes corretas e objetivos moralmente justificáveis. É preciso valorizar as questões socioambientais inerentes à nossa atividade; gerar benefícios à sociedade; e adotar modelos de gestão que garantam a perenidade da organização.

Temos um compromisso estabelecido com todos os nossos públicos de relacionamento. Precisamos manter o respeito e a confiança do mercado e a credibilidade que conquistamos ao longo de nossa história.

6



Por isso, nossos negócios e práticas devem estar aderentes aos nossos valores e princípios, materializados neste Código de Ética. Cabe a cada um de nós conhecer e se empenhar na disseminação e no cumprimento dessas diretrizes, com a consciência de que não há jeito certo de fazer uma coisa errada.

Mais do que um material de consulta, ele é um instrumento de trabalho que mostra a melhor forma de atuarmos. Ao mesmo tempo em que indica a conduta esperada de nossos colaboradores, apresenta a crença do Itaú Unibanco nas melhores práticas de mercado.

Temos a certeza de que o nosso Código de Ética nos ajudará a construir um banco ainda mais sólido e confiável, capaz de apresentar resultados diferenciados obtidos com base na aliança entre desempenho e ética. Um banco melhor para todos.

Pedro Moreira Salles
Presidente do Conselho
de Administração

Roberto Setubal
Presidente Executivo

7

A importância dos Princípios de Ética

Delimitar comportamentos e atitudes que beneficiem e facilitem a vida em sociedade. É com esse objetivo que são construídos os Princípios de Ética que regem os comportamentos individuais e organizacionais desejáveis nos diferentes tempos, lugares e culturas.

Foi também com base nessa premissa que o Itaú Unibanco elegeu os quatro princípios – Identidade, Boa-fé, Interdependência e Excelência – que agora fundamentam este Código de Ética. Em conjunto, eles refletem o compromisso do conglomerado com o bem-estar dos seus públicos de relacionamento, da sociedade e do planeta.

Embora apresente um conjunto de práticas e condutas que devem fazer parte do nosso dia a dia, este Código não é um manual de comportamento nem traz respostas prontas para tudo. Sua função é estimular a reflexão sobre os valores que queremos preservar em nossa prática organizacional.

8



Por isso, não hesite: se tiver dúvida, converse com seu gestor ou acesse os canais de comunicação para que possa tomar a decisão mais adequada.

Pense nos princípios como sendo os pilares que devem orientar a conduta de cada um dos nossos colaboradores. Agir em conformidade com eles é uma questão de integridade pessoal e profissional.

O Itaú Unibanco orgulha-se de atuar de forma correta, mantendo com todos os seus públicos relações baseadas na ética e na transparência. É dessa forma que queremos retribuir a confiança de nossos clientes, estabelecer parceria com nossos fornecedores e oferecer benefícios à sociedade.

Ricardo Villela Marino
Diretor Executivo de Pessoas

9

Nossos valores

Nossa ética corporativa está também refletida nos nossos comportamentos, nossas práticas, crenças e valores. É no exercício diário das nossas atividades que demonstramos de fato quem somos e como somos. Por isso, para o Itaú Unibanco, tão importante quanto a ética é a nossa visão e a nossa cultura corporativa.

Revisitados à luz da união de Itaú e Unibanco, Visão e Cultura ganharam força com a diversidade das nossas origens, formações, experiências. E foi possível identificar valores em comum que serão o grande diferencial dessa organização nos próximos anos.

No Itaú Unibanco, as pessoas estão em primeiro lugar. Sejam elas colaboradores, fornecedores, clientes ou a sociedade em geral. Ambicionamos a construção de equipes de alta performance, cujos talentos individuais só fazem sentido se forem capazes de formar times vencedores. Valorizamos pessoas que sentem prazer em trabalhar na organização, em servir ao cliente e em resolver os problemas de forma ágil e competente.

10



Queremos construir um ambiente informal, sem espaço para a rigidez ou a burocracia desnecessária, mesmo sabendo que acima de tudo está o respeito às leis e aos valores éticos, a busca constante pela transparência e o sigilo das informações dos nossos clientes.

Buscamos a inovação que facilite a vida de todos e que nos permita construir um banco cada vez melhor. O progresso, o crescimento sustentável, a performance são metas permanentes. O Itaú Unibanco se orgulha de ser um banco sólido, contemporâneo, presente na vida das pessoas. Um banco que busca construir relacionamentos saudáveis com todos à sua volta, consciente do seu papel na sociedade e do seu impacto no meio ambiente.

O mundo mudou muito nos últimos anos. O Itaú Unibanco também. Mas o que não muda são nossos valores e nossa ética. Neles reside a nossa força. É o que nos fará, a cada dia, ser um banco cada vez melhor. Evoluindo sempre. Como nossos colaboradores, fornecedores e clientes. Como nosso país.

11

Os Princípios de Ética do Itaú Unibanco



Identidade

Alinhamos as nossas empresas à identidade corporativa, baseada em elevados padrões de ética, resiliência e respeito à sustentabilidade.



Boa-fé

Agimos com transparência e assumimos a responsabilidade por nossos atos e escolhas.



Interdependência

Estamos abertos ao diálogo e interagimos com os nossos públicos de relacionamento de modo a compartilhar ações e objetivos que levem ao bem comum.



Excelência

Cultivamos ambientes que propiciem a realização de um trabalho de alta qualidade, relevante para quem o executa, para a instituição e para a sociedade.

13

Práticas e condutas que consolidam nossos Princípios de Ética



Princípio da Identidade

Alinhamos as nossas empresas à identidade corporativa, baseada em elevados padrões de ética, resiliência e respeito à sustentabilidade

15

Princípio da Identidade

Em uma sociedade de mudanças rápidas e competição intensa, o grande desafio para as organizações não é crescer, mas crescer com integridade. Para o Itaú Unibanco, significa preservar em todas as empresas do grupo os valores, princípios e objetivos que definem nosso jeito de pensar e de agir.

Garantir que a gestão das nossas empresas e que todos os nossos produtos e operações estejam alinhados com esses propósitos reforça a identidade do conglomerado e protege a parcela do nosso patrimônio formada por ativos intangíveis, como credibilidade, valor da marca, cultura, reputação, entre outros.

Somos uma organização que se orgulha em atuar de forma correta. Por isso, nos empenhamos no estabelecimento de vínculos efetivos com nossos públicos de relacionamento (stakeholders: colaboradores, clientes, acionistas e investidores, fornecedores, concorrentes, setor público, terceiro setor e mídia); na avaliação dos impactos socioambientais da atividade financeira; e na adoção de práticas que contribuam para a construção de um mundo sustentável.

Responsabilidade corporativa

• Cuidamos para que os negócios e as operações das empresas do grupo estejam alinhados com a Visão, Valores, Cultura, Política de Sustentabilidade, com este Código e com os compromissos de governança refletidos nas nossas políticas de gestão de pessoas, performance, gestão de riscos, controles financeiros, auditoria, compliance, controles internos e segurança corporativa.

• Disseminamos as orientações e disposições do Código de Ética Itaú Unibanco entre os nossos públicos de relacionamento e oferecemos a eles canais de diálogo em conformidade com a AccountAbility AA1000 – norma internacional de engajamento e diálogo com os públicos de relacionamento.

• Garantimos que nossos demonstrativos contábeis reflitam com clareza, simplicidade e consistência a realidade da instituição e das suas empresas e operações.

• Incentivamos, no dia a dia, a tomada de decisões eticamente orientadas e a adesão às melhores práticas internacionais de marketing e vendas.

16

17

Princípio da Identidade

- Contribuímos para a promoção do desenvolvimento sustentável das sociedades onde atuamos.

Cumprimento de leis, normas e regulamentos

- Cumprimos as leis, normas e regulamentos dos países em que estamos presentes, respeitando todas as instâncias do direito (administrativo, ambiental, cível, comercial, trabalhista e tributário).
- Seguimos as diretrizes éticas e operacionais dos órgãos reguladores do sistema financeiro, dos países e localidades onde atuamos, assim como os dispositivos autorreguladores das associações empresariais às quais nos vinculamos.
- Promovemos internamente a percepção de que leis, normas e regulamentos não dão conta das implicações éticas de todas as situações. Por isso, incentivamos a reflexão sobre como nossas ações, do ponto de vista ético, influenciam nossos públicos de relacionamento, a sociedade e o meio ambiente.
- Mantemos políticas e práticas de prevenção e combate a toda forma de corrupção (das propinas e do tráfico de influência aos favorecimentos indevidos), à lavagem de dinheiro, a fraudes e a outros atos ilícitos ou criminosos.

18

Relações do trabalho

- Cultivamos um ambiente de respeito à dignidade, à diversidade e aos direitos humanos.
- Adotamos políticas e práticas que contribuem ativamente para a prevenção, o combate e a erradicação de formas degradantes de trabalho (infantil, forçado e escravo).
- Coibimos qualquer tipo de discriminação, assédio, desrespeito, exploração e preconceito.
- Propiciamos o desenvolvimento humano e profissional dos nossos colaboradores por meio de práticas e políticas adequadas de salários e benefícios, além da promoção de programas de educação, segurança e saúde no trabalho.
- Respeitamos o direito de livre associação sindical e de negociação coletiva.

19



Princípio da Boa-fé

Agimos com transparência e assumimos a responsabilidade por nossos atos e escolhas

21

Princípio da Boa-fé

A boa-fé está na origem de toda conduta ética. Ela se baseia no respeito humano e tem como premissas a honestidade de propósitos, a sinceridade e a cortesia.

Sua prática melhora nossa percepção das necessidades alheias, aumentando o grau de confiança que temos uns nos outros e facilitando o diálogo e a convivência.

O resultado da boa-fé é uma atuação mais transparente e responsável, que influencia positivamente a concretização de bons negócios.

Atitudes que são exemplos de boa-fé

- Empenhar-se em fazer o que é certo.
- Fazer aos outros o mesmo que gostaríamos que fizessem conosco.
- Cultivar a cordialidade nos relacionamentos.
- Praticar o diálogo e não a imposição de um ponto de vista.

- Praticar a escuta ativa, acolhendo a diversidade de opiniões relativas ao trabalho e estimulando a proximidade de pares, colegas e equipes.

- Colaborar com os colegas para a boa realização das tarefas e orientar com paciência e interesse todos aqueles que nos procuram.

- Compartilhar informações não-confidenciais cujo desconhecimento possa induzir alguém a erro.

- Dar o devido crédito às ideias e realizações dos colegas.

- Não apresentar ideias, opiniões e preferências pessoais como se fossem da organização ou dos seus administradores.

22

23



Princípio da Interdependência

Estamos abertos ao diálogo e interagimos com os nossos públicos de relacionamento de modo a compartilhar ações e objetivos que levem ao bem comum

25

Princípio da Interdependência

A Política de Sustentabilidade Itaú Unibanco parte da convicção de que nosso sucesso presente e futuro baseia-se na interação ética e transparente com clientes, colaboradores, acionistas e investidores, parceiros de negócios e sociedade em geral.

De fato, esses públicos têm interesses legítimos nos bons resultados e na continuidade da instituição. Compartilhamos com eles nossos interesses em comum e buscamos oportunidades de colaboração mútua, estabelecendo interações proveitosas para todos.

Acionistas e investidores

- Efetivamos boas práticas de governança corporativa, a fim de garantir a continuidade dos negócios e retornos competitivos.
- Mantemos o mercado informado de nossa performance, prestando contas oportunamente e com transparência.
- Administramos com imparcialidade e eficiência os interesses conflitantes.

26

Clientes e consumidores

- Ouvimos com acolhimento sugestões, críticas e dúvidas e buscamos respondê-las com profissionalismo e agilidade, valorizando os interesses, o tempo, as opiniões e os sentimentos dos consumidores.
- Respeitamos a liberdade de escolha, fornecendo de forma clara e correta as informações necessárias para decisões conscientes.
- Rejeitamos o uso de artifícios como vendas casadas e outras formas de imposição ou constrangimento na realização de negócios.
- Adotamos contratos de fácil compreensão para formalizar nossas transações.

27

Princípio da Interdependência

Fornecedores, prestadores de serviços e parceiros de negócios e comerciais

- Estimulamos todos os parceiros a compartilhar dos nossos valores e princípios éticos.
- Promovemos o trabalho digno e apoiamos o desenvolvimento sustentável em toda a cadeia de fornecimento.
- Adotamos critérios transparentes de seleção e contratação e cultivamos relacionamentos baseados no profissionalismo e no respeito mútuo.

28

Setor público

- Orientamos nosso relacionamento com o setor público pelos princípios da cidadania corporativa.
- Mantemos nossas decisões livres de preferências partidárias ou ideológicas.
- Condicionamos eventuais contribuições a partidos e candidatos políticos às determinações das legislações locais e à conformidade com nossas diretrizes corporativas.

29

Princípio da Interdependência

Terceiro setor

- Realizamos parcerias com entidades da sociedade civil, visando à promoção da sustentabilidade, o desenvolvimento social e cultural das comunidades e o favorecimento das gerações futuras.
- Condicionamos eventuais contribuições a Organizações Não Governamentais (ONGs), Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs), entidades filantrópicas e outras associações do gênero ao cumprimento das legislações locais e à conformidade com nossas diretrizes corporativas.

Concorrentes

- Participamos de associações empresariais com espírito de cooperação e visando o aperfeiçoamento do setor financeiro.
- Agimos em conformidade com os preceitos da livre concorrência e respeitamos a reputação e as opiniões dos nossos concorrentes.
- Prezamos a propriedade intelectual e não utilizamos informações de concorrentes sem sua autorização expressa.

Mídia

- Reconhecemos e respeitamos o dever da imprensa de informar a opinião pública.
- Baseamos nosso relacionamento com a mídia em princípios de veracidade e independência.
- Não misturamos o dever de informar com ações de marketing e de publicidade.

30

31



Princípio da Excelência

Cultivamos ambientes que propiciem a realização de um trabalho de alta qualidade, relevante para quem o executa, para a instituição e para a sociedade

33

Princípio da Excelência

O modo como realizamos nossas tarefas, honramos compromissos e nos comportamos revela o valor que atribuímos aos outros e a nós mesmos, dando indícios de nosso caráter, civilidade e humanidade.

Nossos hábitos e atitudes tanto influenciam positivamente a reputação e a confiança que recebemos quanto geram descrédito, dando origem a insatisfações pessoais e profissionais, que, em casos extremos, podem levar à prática de corrupção e atos ilícitos. Daí a importância de cultivar comportamentos que protegem nossa dignidade pessoal e nos tornem confiáveis aos olhos dos colegas e da empresa.

Sobre condutas pessoais

- Respeite quem pensa diferente ou discorda de você.
- Lembre que ninguém deve ser discriminado por preferências políticas, sexuais, religiosas ou culturais.
- Não reproduza boatos e maledicências.
- Use o bom senso e a polidez para desfazer mal-entendidos.

34

- Se errar, não oculte o fato. Esforce-se para mitigar suas eventuais consequências negativas e procure aprender com seus erros.
- Utilize com consciência e responsabilidade os benefícios que recebe, tais como planos de saúde e odontológico, produtos bancários, acesso a clubes e estacionamento, entre outros.
- Participe com pontualidade e dedicação dos treinamentos oferecidos pela instituição.
- Cuide das instalações, recursos, equipamentos e materiais de trabalho e não os utilize para fins particulares.
- Controle o consumo de água, energia, papel, objetos de plástico e materiais de escritório, contribuindo para a preservação do meio ambiente.

35

Princípio da Excelência

Sobre práticas e relacionamentos profissionais

- Comunique ao gestor ou ao canal competente qualquer transgressão ao Código de Ética Itaú Unibanco.
- Realize seu trabalho de maneira consciente, com integridade, diligência e fidelidade aos interesses do conglomerado.
- Mantenha-se atualizado sobre os avanços de sua área, empenhando-se na obtenção das certificações necessárias e no cumprimento do código de conduta específico de sua profissão.
- Seja cauteloso com as informações a que tem acesso, impedindo seu vazamento.
- Jamais aconselhe, difunda informações ou negocie com base em boatos e rumores.
- Relacionamento com a equipe
Valorize o trabalho em equipe sendo participativo, entregando pontualmente o que foi combinado e compartilhando conhecimentos e informações que não sejam de natureza confidencial.

36

- Relacionamento com parceiros de negócios e comerciais
Procure conhecer as atividades e a origem dos recursos dos parceiros de negócios, evitando que a instituição involuntariamente contribua com atos ilícitos.
- Relacionamento com clientes e consumidores
Procure os canais competentes para atender solicitações ou resolver conflitos que estejam fora das nossas atribuições.

Combata a lavagem de dinheiro, fraudes e demais atos ilícitos, seguindo as determinações do programa *Conheça o seu Cliente*.
- Relacionamento com a Mídia
Busque a orientação da assessoria de imprensa antes de participar de entrevistas e programas na mídia.

Abstenha-se de falar em nome do conglomerado ou de suas empresas se não for uma fonte previamente autorizada.

37

Princípio da Excelência

Sobre a gestão de finanças pessoais

- Previna-se contra desequilíbrios financeiros, pois eles acarretam prejuízos de ordem moral, psicológica, profissional e social.
- Gerencie os negócios pessoais e familiares com planejamento, prudência e responsabilidade.
- Evite a inadimplência.
- Priorize os investimentos de longo prazo e não realize negócios muito arriscados ou oportunistas.
- Use seus recursos financeiros de forma consciente.

38

Princípio da Excelência

- **Proteção das informações e do know-how**
As informações e o know-how (conhecimentos, tecnologias, métodos, sistemas, etc.) que circulam internamente são de propriedade do Itaú Unibanco e não podem ser usados para fins particulares nem repassados a terceiros. É preciso cuidado especial com as informações não-públicas (restritas, confidenciais e internas). Seu vazamento pode prejudicar nossos públicos de relacionamento e as relações de confiança que temos com eles.

Utilize nossas informações e know-how apenas em benefício do conglomerado e dos seus públicos de relacionamento.

- Respeite a privacidade dos clientes, mantendo em sigilo suas informações, operações e serviços contratados.
- Proteja e impeça o vazamento de qualquer documento ou informação que possa causar prejuízo ou desconforto a pessoas ou empresas.
- Certifique-se de que outros setores do conglomerado não tenham acesso a informações não-públicas que circulam em sua área.

40

Sobre empréstimos, comércio e coletas entre colegas

- Evite solicitar ou conceder empréstimos a colegas de trabalho.
- Não compre nem venda qualquer mercadoria nas dependências da organização.
- Garanta participação facultativa e voluntária em coletas para custeio de comemorações ou doações e não divulgue nem registre os valores doados pelos participantes.

Sobre conflitos de interesses

Sempre que os interesses pessoais de um colaborador ou líder empresarial são antagônicos aos da instituição ou dos seus públicos de relacionamento, configura-se um conflito. Essas situações põem em risco nossa integridade e reputação. Por isso, precisam ser administradas com eficiência e transparência, além de prontamente comunicadas aos canais competentes. Confira as atitudes que ajudam a evitar o estabelecimento de conflitos.

39

- Solicite a autorização de um diretor antes de utilizar informações e know-how do Itaú Unibanco em atividades e publicações externas ou de comentá-los em comunidades e veículos da internet.

- Ao se desligar da instituição, não leve cópias de informações, processos ou conhecimentos que sejam propriedade do Itaú Unibanco.

- **Operações financeiras pessoais**
Baseie seus investimentos, financiamentos e empréstimos em informações públicas, seguindo as legislações e as restrições das políticas, normas e procedimentos internos que proíbem o uso de informações privilegiadas.
- **Brindes, presentes e cortesias**
Evite aceitar ou oferecer brindes, presentes, gratificações, patrocínios, descontos em transações de caráter pessoal, viagens de negócios ou lazer, convites para participar de eventos e quaisquer outras cortesias.
 - Se as práticas de mercado exigirem uma troca de cortesias, restrinja seu valor ao limite estabelecido anualmente pelo conglomerado, via norma interna.

41

Princípio da Excelência

- No relacionamento com o setor público, jamais ofereça ou aceite presentes, favores e cortêsias de funcionários – concursados ou nomeados – de qualquer instância e instituição, incluindo os ocupantes de cargos políticos e seus partidos.

- Os administradores e colaboradores da Diretoria de Compras do Itaú Unibanco S.A. não devem aceitar nem oferecer qualquer brinde, presente ou cortesia, incluindo os mais simples como: agendas ou canetas.

• Atividades externas

O trabalho em outras organizações como funcionário, prestador de serviço, consultor, diretor ou conselheiro não pode conflitar em nenhum sentido (natureza, propósito, tempo) com sua atividade no conglomerado e deve ser autorizado por um dos colegiados de ética da instituição.

• Relações comerciais

Solicite autorização expressa de um diretor antes de estabelecer relações comerciais particulares com clientes, fornecedores, prestadores de serviços, parceiros de negócios ou empresas que mantenham qualquer tipo de relacionamento, interesse ou vínculo com o conglomerado.

• Parentes na empresa

A indicação e a contratação de parentes são permitidas no âmbito da instituição, desde que não resultem em conflitos de interesse potenciais ou presumidos. No entanto, é vedado o trabalho de parentes até segundo grau em uma mesma superintendência. As exceções precisam ser analisadas e aprovadas por um colegiado de ética. De qualquer modo, ao indicar um parente, informe sempre ao responsável pela contratação.

42

43

Abrangência e gestão do Código de Ética



Ao difundir nossos valores e orientar os melhores comportamentos e atitudes para diferentes situações do cotidiano corporativo, nosso Código de Ética ajuda a garantir que as políticas e práticas da organização mantenham-se moralmente alinhadas e coerentes com os princípios que defendemos.

Suas diretrizes foram aprovadas pelo Conselho de Administração e fazem parte do Programa de Ética estabelecido pela Comissão Superior de Ética do conglomerado, que também avalia o cumprimento deste Código em todas as instâncias da instituição. Esse gerenciamento acontece por meio da Consultoria de Ética Corporativa, ligada à área de pessoas.

Por isso, mais do que um simples documento, o Código de Ética é uma ferramenta de trabalho para todos na organização, independentemente de nível hierárquico. Cabe a cada colaborador, conselheiro ou diretor de uma empresa da Itaú Unibanco Holding S.A., no Brasil e no exterior, agir de acordo com as orientações deste Código.

O efetivo compromisso com nossos Princípios de Ética é a primeira contribuição de cada um para a construção de um banco sólido, perene e capaz de se desenvolver de maneira sustentável e comprometida com seu tempo.

45

Comunicação de Desvios Éticos



Cada um de nós é responsável por garantir que o Código de Ética do Itaú Unibanco seja cumprido em todas as instâncias da organização. Administradores e colaboradores devem ficar atentos e comunicar eventuais irregularidades aos canais competentes.

No dia a dia, também podem surgir situações dúbias ou não previstas neste Código e que exigem uma avaliação individualizada.

Seja qual for o caso, o conglomerado mantém canais preparados para receber dúvidas, denúncias, reclamações e sugestões e encaminhar as apurações necessárias. Os manifestantes serão protegidos contra represálias e as apurações serão conduzidas com profissionalismo, imparcialidade, sigilo e confidencialidade. Manifestações anônimas também serão aceitas. O importante é não se omitir. **Se tiver dúvida, pergunte!**

Superintendência de Ombudsman

Recebe e encaminha para investigação fatos e práticas contrárias ao Código por parte de colaboradores e administradores de todos os níveis.

Recebe e encaminha para avaliação da Comissão Superior de Ética dúvidas de interpretação sobre o Código, questionamentos sobre situações não previstas, impasses e dilemas éticos e consultas sobre conflitos de interesse.

47

Contato:

Telefone: 0800 721 4040 Fax: 0800 721 3030

E-mails externos:
ombudsman@ombudsman.itaunibanco.com.br
e ombudsman.itub@terra.com.br

E-mail interno: ombudsman

Site Intranet: Portal Digital Itaú>Ombudsman>Site / Blog

Correspondência: Caixa Postal: 26517 – CEP 04311-970

Contato pessoal agendado por telefone.

Comitê de Auditoria

Recebe e encaminha para investigação casos de desvios de conduta de administradores; de suspeitas e denúncias de descumprimento legais ou regulamentares; de fraudes e erros em controles internos e em atividades de contabilidade e auditoria.

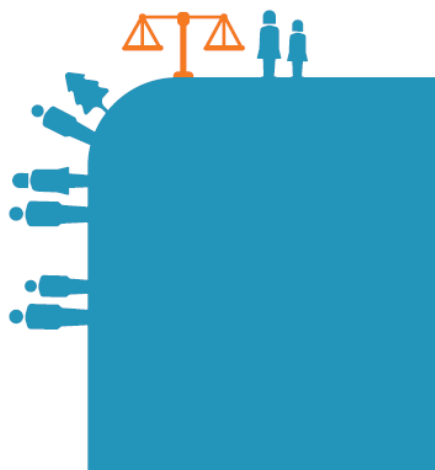
Contato:

E-mail externo: comite.auditoria@itaunibanco.com.br

E-mail interno: comite auditoria

Correspondência:
Comitê de Auditoria Itaú Unibanco Holding S.A.
Praça Alfredo Egydio de Souza Aranha, 100
Torre Olavo Setubal Piso PM
CEP 04344-902 - São Paulo - SP

48



Este Código de Ética é aplicável a todos os administradores e colaboradores da Itaú Unibanco Holding S.A.



Código de Ética

INTRODUÇÃO

O Código de Ética é dirigido a todos os funcionários das empresas integrantes do Santander para servir como referência na atuação pessoal e profissional. Os funcionários devem conhecê-lo e fazê-lo conhecido, observando e defendendo seu cumprimento. Para isso, cada funcionário deve assinar o formulário Código de Ética - Termo de Responsabilidade.

A atuação dos funcionários das empresas integrantes do Santander deve ser orientada por princípios éticos e regras de conduta que sejam coerentes com os valores da empresa.

Esse Código contribui para estabelecer um padrão de relacionamento respeitoso e transparente, com o objetivo de cumprir as obrigações assumidas pelo Santander com seus clientes, funcionários, acionistas, parceiros e toda a sociedade. Deve ser referência, ainda, para o cumprimento dos deveres legais e para a manutenção dos relacionamentos comerciais estabelecidos com base na confiança dos clientes e parceiros.

As normas deste Código não revogam outras regras específicas, tais como as expressas no Código de Conduta no Mercado de Valores do Santander.

RESPONSABILIDADES

No exercício de suas atividades, o funcionário, independentemente do nível hierárquico, responsabiliza-se por:

- cumprir e fazer cumprir estritamente a legislação aplicável à sua atividade, incluindo os atos e regulamentos expedidos pelos órgãos reguladores e as normas e procedimentos internos estabelecidos pelo Santander;
- respeitar os interesses dos clientes, provendo-os das informações necessárias e requeridas sobre os produtos e serviços oferecidos, observando os procedimentos previstos nos normativos e manuais de produtos do Santander;
- aperfeiçoar continuamente os produtos e serviços do Santander;
- atender aos clientes com elevado padrão de qualidade, buscando superar suas expectativas;
- buscar os melhores resultados para o Santander, zelando por seus valores e sua reputação;
- comprometer-se com os objetivos do Santander, exercendo suas atribuições de acordo com práticas comerciais aceitáveis, com lealdade à Instituição, eficácia e otimização de recursos, visando agregar valor para clientes, funcionários e acionistas;
- zelar pelo aprimoramento pessoal e profissional próprio e de seus subordinados, além do comprometimento profissional;
- promover a concorrência justa na contratação de mão-de-obra e na remuneração de seus funcionários;
- na contratação de empresas prestadoras de serviços, garantir que as práticas utilizadas por esta não estejam em desacordo com o disposto pelo Código de Ética do Santander, tanto nos serviços prestados como no relacionamento com seus funcionários;
- comunicar à área de Recursos Humanos, por meio do canal Fale com o RH, disponível na Intranet, situações que caracterizam ações de discriminação, assédio sexual, assédio moral ou intimidação de qualquer ordem, em relação ao público externo ou aos colegas de trabalho;
- zelar pela segurança e pela higiene do local de trabalho;
- comunicar ao superior hierárquico imediato sobre o descumprimento deste Código ou de outro código de conduta específico. O superior hierárquico encaminhará à Área de Compliance a descrição da situação com sua avaliação;
- cumprir os compromissos assumidos perante clientes, fornecedores, órgãos públicos, parceiros de mercado e colegas de trabalho.

ETICA PROFISSIONAL

O funcionário deve manter conduta correta, imparcial e honesta na sua atuação pessoal e profissional, baseada nos valores de cidadania, dignidade, trabalho, respeito, lealdade, decoro, zelo, eficiência e condência dos princípios que o Santander deseja que sejam praticados e preservados.

Para tanto, o funcionário deve:

No Relacionamento Interno

- assumir as responsabilidades inerentes à sua função;
- cumprir as disposições legais e regulamentares aplicáveis à sua atividade profissional;
- exercer suas atividades levando em conta os interesses e objetivos do Santander;
- respeitar a propriedade intelectual, impedindo a utilização não-autorizada ou não-licenciada de trabalhos, programas, idéias e de produtos registrados ou patenteados pelo Santander e/ou por terceiros;
- manter à disposição do Santander, inclusive após sua saída da Organização, os materiais relacionados aos cursos, projetos, programas e sistemas criados, desenvolvidos, utilizados ou recebidos em suas atividades, reconhecendo que o Santander detém e conserva sua propriedade intelectual;
- fomentar e estimular mecanismos de aperfeiçoamento da comunicação interna;
- respeitar a hierarquia e agir com atenção, cortesia e lealdade com todos;
- comunicar seu superior, de modo franco e preciso, sobre o funcionamento e ocorrências relevantes nas atividades de sua competência;
- dar conhecimento, observada a hierarquia, de qualquer fato ou informação, obtida de forma lícita, que possa interessar ao Santander;
- não participar, em nome do Santander, de transações vinculadas ou relacionadas com seus interesses pessoais ou familiares. Se imprescindível sua participação, submeter à apreciação do seu superior hierárquico, que deve obter aprovação dos níveis competentes;
- manter o adequado equilíbrio financeiro, evitando situações que possam inferir na atividade profissional, tais como emitir cheques sem a devida provisão de fundos, apresentar saldo devedor em conta corrente além dos limites de crédito pré-aprovados ou incidir na falta contumaz do pagamento de dívidas legalmente exigíveis. As finanças pessoais devem ser gerenciadas de forma adequada, administradas criteriosamente e prudentemente para que não incorram em situações não desejadas.

No Relacionamento com Órgãos Públicos

- manter atitude ativa de colaboração com as autoridades, em conformidade com seu dever profissional de prevenir e evitar delitos financeiros.

No Relacionamento com Clientes e Fornecedores

- focar e investigar permanentemente as expectativas e grau de satisfação dos clientes, seguindo os melhores padrões de prestação de serviços, alinhando-os aos princípios estabelecidos pelas Políticas e Regras na Contratação de Operações e Prestação de Serviços aos Clientes do Santander;
- não usar, em suas relações pessoais ou profissionais, a representatividade de cargo, função, atividade, posição, autoridade e influência para obtenção de vantagens pessoais ou para terceiros;

- zelar para que seus interesses pessoais não influenciem em análises, ações ou em assessoria profissional efetuadas em nome do Santander;
- recusar ofertas que possam configurar vantagem pessoal indevida, ligadas a qualquer tipo de rendimento ou comissão originários ou resultantes de operações em nome do Santander;
- observar as normas e procedimentos estabelecidos nos manuais de instrução do Santander na contratação de fornecedores, prestação de serviços e venda de produtos aos clientes.

SIGILO

É dever legal das instituições financeiras manter sigilo das informações fornecidas por clientes.

Assim, o funcionário deve:

- conservar sigilo a respeito de operações ativas e passivas e serviços prestados pelo Banco aos seus clientes e fornecedores, divulgando informações somente nas situações legalmente permitidas;
- abster-se de prestar informações, fornecer documentos sigilosos, divulgar dados, notícias ou informações do Santander, exceto por autorização, mediante consulta aos níveis competentes, do superior hierárquico ou determinação judicial. Em caso de dúvida, consultar as normas vigentes e, na ausência de informação, a área jurídica;
- manter sigilo a respeito das informações, inclusive após a sua saída da Organização, cliente de que o Santander poderá adotar de medidas cabíveis, em razão do descumprimento do dever de sigilo.

CONFLITO DE INTERESSES

O funcionário deve evitar situações em que seus interesses pessoais possam conflitar-se com os do Santander e de seus clientes, comprometendo-se a:

No Ambiente de Trabalho

- não prestar serviço de qualquer natureza para outras organizações fora do Santander, sem prévia autorização. A solicitação de autorização deve ser feita por escrito ao superior imediato. No caso de dúvidas ou dilemas quanto a possíveis conflitos de interesses, o gestor deve enviar a solicitação de autorização à Área de Compliance, incluindo seu parecer;
- não usar os recursos do Santander (conhecimento, instalações, equipamentos, suprimentos, informações, meio eletrônico, Internet e outros) em proveito pessoal ou de terceiros;
- antes da contratação, transferência ou indicação de parentes para contratação, obter da Área de Compliance a avaliação sobre possíveis conflitos de interesses em decorrência da relação de parentesco. Considerar como parentes: pai, mãe, filhos, irmãos, cunhados, cônjuge, padrasto/madrasta, enteados, companheiros, primos, tios, sogros, genros, noras, sobrinhos e netos;
- recusar posições em que um parente possa influenciar ou afetar seu trabalho (exemplo: subordinação direta ou indireta, área que tenha relação direta no trabalho, área comercial e riscos etc.). O funcionário deve informar à Área de Compliance qualquer alteração na situação de parentesco que gere conflito de interesses no exercício de suas funções;
- o disposto nos dois parágrafos anteriores acima se aplica também aos prestadores de serviços;
- não exercer, nas dependências do Santander, atividades político partidárias ou doutrinação religiosa, que possam interferir no bom andamento das suas atividades profissionais e a de seus colegas. Não constitui conflito de interesse a participação do funcionário em organizações de caridade, filantrópicas, cívicas, sindicais, religiosas, políticas, sociais ou culturais, desde que as atividades não conflitem com a jornada de trabalho e estejam de acordo com os normativos específicos sobre o exercício de funções externas.

No Relacionamento com Clientes e Fornecedores

- relacionar-se com os fornecedores de bens e serviços de forma objetiva e imparcial, em benefício dos interesses do Santander e em respeito aos interesses dos envolvidos;
- não exercer influência ou tomada de decisões sobre aprovação de operações de crédito ou concessão de limites aos clientes pessoas físicas e/ou jurídicas com os quais tenham relação de parentesco até segundo grau consanguíneo ou por afinidade. Adotar mesmo procedimento quando houver outros vínculos que não estejam discriminados neste item, mas que na opinião de um observador externo possam comprometer a imparcialidade do funcionário;
- observar os padrões éticos do Santander ao presentear clientes e fornecedores com brindes ou prestar homenagens em eventos sociais;
- recusar de clientes ou fornecedores, direta ou indiretamente, presentes com valores superiores a US\$ 100,00 (cem dólares americanos) e, inclusive, em dinheiro.
- Excluem-se da proibição o recebimento de:
 - . brindes sem valor comercial, que façam parte da estratégia de comunicação do cliente, parceiro ou fornecedor, tenham ampla distribuição e sejam costumadamente oferecidos a todos que mantêm relacionamento comercial com o fornecedor, parceiro ou cliente;
 - . convites de negócios, como almoços, jantares ou eventos sociais, culturais e esportivos, quando forem práticas comerciais correntes do fornecedor, parceiro ou cliente e estiverem dentro de limites adequados e razoáveis;
 - . lembranças ocasionais (Natal, casamento, aniversário etc), desde que não excedam a US\$100,00 (cem dólares americanos);
 - . gratificações, compensações ou indenizações recebidas de organizações civis ou beneficentes das quais o funcionário seja membro da diretoria ou colaborador, desde que previamente autorizado pela Área de Compliance;
- Informar ao superior imediato o recebimento de presentes ou convites de viagens com valores acima do estabelecido, que encaminhará consulta à Área de Compliance sobre os procedimentos a serem adotados;
- não pedir, pessoalmente ou por intermédio de terceiros, dinheiro emprestado de fornecedores, funcionários e clientes. A contratação de empréstimos deve ser realizada por meio de empresas de crédito que tenham entre suas atividades regulares a concessão de empréstimos e/ou financiamentos;
- não condicionar ou vincular, para o cliente, a realização de uma operação financeira a qualquer outro produto ou serviço oferecido pelo Santander.

INVESTIMENTOS PESSOAIS

A realização de investimentos pessoais pelo funcionário deve basear-se exclusivamente em informações de domínio público. O uso de informações confidenciais obtidas em razão ou durante sua atividade profissional é proibida pelo Santander.

Os investimentos realizados pelo funcionário no mercado de valores mobiliários devem observar critérios de investimento e não de especulação, razão pela qual o investimento deve ser mantido pelo período mínimo de 30 dias.

Nas operações por conta própria, o excessivo endividamento ou a posse de ações especulativas pode prejudicar as atividades profissionais. Devem ser tomadas medidas que impeçam que situações de risco para o interesse pessoal venham a influenciar análises, decisões ou serviços de assessoria profissional que se dêem em nome do Santander.

O funcionário não pode efetuar investimentos pessoais nas seguintes situações:

- quando a contraparte for cliente ou fornecedor, excetuadas as aquisições de ações dos mesmos que tenham seus valores mobiliários negociados em bolsa de valores e cujos ativos integrem índices negociados na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa);
- quando o funcionário conhecer as posições de investimento do Santander em ativos, exceto quando se tratar de ações de empresas com volumes expressivos negociadas em bolsas de valores;
- por meio de transações sobre as quais o funcionário detenha informação que possa afetar os preços de títulos e valores mobiliários e que tenha sido obtida durante suas atividades profissionais no Santander;
- por meio de transações em investimentos que possam ter efeito prejudicial aos interesses do cliente pelo fato de o funcionário fazer uso de informações privilegiadas;
- por meio de transações em que os interesses pessoais estejam sendo colocados acima dos interesses do Santander e de seus clientes.
- em relação às ações de sociedades do Grupo Santander, em nenhuma hipótese o funcionário deve:
 - . aproveitar-se de informação privilegiada, sendo assim considerada aquela que não foi divulgada ao público por veículo de comunicação independente;
 - . operar a curto prazo (inferior a 30 dias), beneficiando-se de movimentos especulativos;
 - . realizar operações um mês antes de serem anunciados os resultados anuais, semestrais ou trimestrais do Grupo Santander;
 - . em nenhuma circunstância, fazer acordos com concorrentes que venham a afetar o preço de transações ou políticas comerciais e/ou possam configurar concorrência desleal. A divulgação de boatos com o objetivo de beneficiar-se da reação do mercado é terminantemente proibida;
 - . realizar operações próprias a taxas ou preços defasados em relação àqueles que prevalecem no momento no mercado. Se for imprescindível efetuar aplicações com taxa ou preço defasado, a operação deve ser previamente autorizada pela Área de Compliance.

As restrições quanto aos investimentos pessoais com utilização de informações confidenciais e/ou privilegiadas aplicam-se às pessoas físicas e jurídicas diretamente relacionadas ao funcionário. Em caso de dúvidas, consultar a Área de Compliance.

ENQUADRAMENTO NO CÓDIGO DE CONDUTA

O Santander inclui como conceito de Pessoas Sujeltas os profissionais que desenvolvam as seguintes funções:

- administradores membros do Comitê Executivo do Santander;
- operadores de qualquer tipo de mercado;
- gestores de investimentos;
- analistas de mercado;
- pessoas lotadas, vinculadas ou funcionários que trabalhem na estruturação de produtos das áreas de Tesouraria, CIB e Asset Management;
- outras pessoas ou áreas que, por qualquer motivo, sejam consideradas pela Área de Compliance como sendo Sujeltas.

Caso seja considerado "Pessoa Sujelta", o funcionário deve ler o Código de Conduta do Santander específico para os mercados de títulos e valores mobiliários e assinar o termo de compromisso referente a esse código.

PREVENÇÃO À LAVAGEM DE DINHEIRO

Todos os funcionários, reconhecendo a importância da luta contra o crime organizado e colaborando para impedir a lavagem de dinheiro, devem:

- conhecer e aplicar as normas e os procedimentos internos do Santander relacionados à prevenção da lavagem de dinheiro previstos no Manual de Prevenção à Lavagem de Dinheiro ;
- comunicar imediatamente toda operação que possa ser considerada suspeita por apresentar indícios ou certeza de que está relacionada com lavagem de dinheiro.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Os funcionários são encorajados a se envolver em atividades voluntárias de apoio à comunidade e de preservação do meio ambiente, desde que de acordo com os normativos específicos sobre o exercício de funções externas.

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Em todas as nossas decisões, buscamos o lucro como resultado de uma construção coletiva e que gere benefícios não só econômicos, mas também sociais e ambientais. Para que a prática da sustentabilidade esteja cada vez mais enraizada em toda a Organização, o Santander investe continuamente na criação e na revisão de produtos, serviços, processos, políticas, relacionamentos e ações educativas. Para tanto:

- Desenvolver ações com transparência e que possam beneficiar todos os públicos com os quais atua;
- Buscar o lucro de forma responsável, respeitando a sociedade e o meio ambiente;
- Desenvolver programas sociais que vão ao encontro das necessidades das comunidades atendidas, estimulando a participação e engajamento dos públicos de seu relacionamento (funcionários, fornecedores, clientes e acionistas)
- Estimular iniciativas de voluntariado entre seus colaboradores;
- Cumprir, rigorosamente, os parâmetros e requisitos exigidos pela Legislação Ambiental;
- Desenvolver programas internos de minimização ao impacto ambiental de nossas atividades;
- Incentivar a adoção de boas práticas e prioriza a contratação de fornecedores que tenham boa conduta social e ambiental;
- Inserir questões sociais e ambientais no processo de análise de risco;
- Levar em conta o meio ambiente e a sociedade no desenvolvimento e adequação de produtos e serviços;
- Disseminar práticas de sustentabilidade por meio de ações educativas voltadas tanto para o público interno quanto para fornecedores, clientes, acionistas e sociedade;
- Promover a diversidade no ambiente de trabalho.

PENALIDADES

O Santander utiliza vários recursos para detectar possíveis violações a esse código. Os funcionários devem estar conscientes de que qualquer violação pode resultar em ação disciplinar, inclusive a rescisão do contrato de trabalho por justa causa.

DISPOSIÇÕES FINAIS

O Código de Ética não revoga os códigos específicos vigentes no Santander e demais normas e regulamentos, desde que não conflitem com este Código.