



Caro Colaborador,

O sucesso e a imagem de uma organização são construídos com base no comportamento das pessoas que dela fazem parte. Nesse sentido, a postura de cada um dos nossos gestores e colaboradores, sem qualquer distinção de nível ou cargo, é fundamental para a criação de uma imagem de credibilidade, respeito, confiança, integridade, seriedade e ética. É a partir dessa perspectiva que seremos reconhecidos positivamente pelos nossos clientes, parceiros, lojistas, empreendedores, poderes públicos e pela sociedade em geral como uma empresa responsável, de confiança pública e digna de admiração. Por essa razão, o Código de Ética e Conduta Profissional do Plaza Shopping tem como objetivo promover o alinhamento dos valores e princípios que deverão nortear a conduta de todos os colaboradores da Empresa, assim como estabelecer regras e diretrizes claras sobre o comportamento que deve ser adotado cotidianamente. É o nosso guia para uma conduta adequada, estabelecendo padrões para garantir que todos nós façamos o que é correto. Mantenha o Código com você e consulte-o com frequência. Quando tiver dúvidas sobre como agir, peça orientação. Este material representa o nosso compromisso em defender aquilo em que acreditamos, seguindo uma postura responsável, ética, transparente e de respeito mútuo entre todos.

Comitê de Conduta Ética

## **2. A QUEM SE DESTINA**

Este Código de Ética e Conduta Profissional se aplica a todos os colaboradores e deve ser respeitado por terceiros, prestadores de serviços e fornecedores. As orientações, as regras, os valores e os princípios contidos neste código de conduta deverão ser praticados por todos os integrantes da Empresa, empreendedores, diretores, gestores e colaboradores de todos os níveis funcionais do Plaza Shopping.



### **Quem deve seguir o Código de Ética e Conduta Profissional?**

- *Todos os colaboradores do Shopping de todos os níveis funcionais.*
- *Terceiros, prestadores de serviços e fornecedores.*

## **3. MISSÃO, VISÃO E VALORES**

### **3.1. Missão do Plaza Shopping**

Ser um shopping acolhedor, mantendo forte relacionamento com seus clientes e com a comunidade em que está inserido, oferecendo um mix de lojas e serviços atrativos e proporcionando experiências positivas para lojistas, colaboradores, fornecedores, empreendedores e clientes.

#### **Palavras chave:**

ACOLHEDOR - Receptivo, afável, que cuida do bem-estar das pessoas.

RELACIONAMENTO - Criar relações, construir amizades e conhecimento.

ATRATIVO - Que atrai e que atende a interesses e necessidades.

EXPERIÊNCIAS - Experimentar, provar, vivenciar situações positivas.

### **3.2. Visão do Plaza Shopping**

Ser reconhecido como o shopping mais acolhedor de Pernambuco, bem-sucedido, comprometido com o bem-estar, a segurança, os relacionamentos duradouros e a Responsabilidade Socioambiental.

### **3.3. Valores do Plaza Shopping**

Constituem valores do Plaza Shopping a serem observados por todos:

- a) Conduta ética, baseada na justiça, transparência e integridade.
- b) Fortalecimento do relacionamento com clientes, lojistas, colaboradores, fornecedores e empreendedores.
- c) Valorização do desenvolvimento pessoal e profissional.



- d) Foco na qualidade e melhoria contínua.
- e) Otimização dos recursos materiais, financeiros e de pessoal.
- f) Respeito à cultura e ao patrimônio histórico regional.
- g) Responsabilidade Socioambiental.
- h) Retorno assegurado do investimento.

#### **4. PILARES FUNDAMENTAIS**

São pilares fundamentais que devem nortear o comportamento de todos que fazem parte do Plaza Shopping:

- a) O cliente deve ser atendido nas suas necessidades, preservando-se uma relação de respeito, cordialidade e prontidão na busca de soluções para atendê-lo.
- b) Os colaboradores são os agentes principais e fundamentais para a manutenção de um bom clima organizacional e de um ambiente de cooperação e de confiança.
- c) A relação com lojistas deve privilegiar ganhos compartilhados, de modo a assegurar um relacionamento saudável, duradouro e rentável para todas as partes envolvidas.
- d) Os parceiros (fornecedores e empresas terceirizadas) são também responsáveis pela qualidade dos serviços que são prestados dentro do ambiente do Shopping, devendo, por essa razão, ser constantemente avaliados no seu desempenho.



e) A relação com a comunidade deve ser bem zelada, observando-se os cuidados com o ambiente onde se está inserido, assim como com as ações socialmente responsáveis que possam fortalecer a imagem institucional do Shopping perante a sociedade.

## **5. COMPORTAMENTO ÉTICO ESPERADO**

### **O que se espera de cada um?**

Todos nós devemos seguir a lei, agir com integridade e honestidade em todos os assuntos e ser responsáveis por nossas ações. Integridade significa fazer o que é certo. Considere sempre as suas ações e peça orientação. Se estiver com dúvida sobre algum tipo de conduta, ação que deve ser tomada, pergunte sempre:

- 1º) Isto é consistente com o Código de Ética e Conduta Profissional do Shopping?
- 2º) É ético?
- 3º) Está de acordo com a lei?
- 4º) Refletirá bem na minha imagem e na do Shopping?

Porém, se mesmo assim não tiver certeza, peça orientação. O Código não consegue abranger todas as circunstâncias que podem ocorrer dentro de um empreendimento shopping center.

### **Você pode buscar:**

- Com seu líder imediato
- Com a área de gestão de pessoas (RH)
- Através do e-mail [etica@plazacasaforte.com.br](mailto:etica@plazacasaforte.com.br)



Respeite o Código, as leis vigentes, as políticas do Shopping e os regulamentos internos.

### **O que se espera do gestores?**

Os gestores (supervisores, coordenadores, gerentes, superintendentes, diretores) devem sempre ser exemplo de conduta adequada. Como gestor, você deve:

- Assegurar que as pessoas sob a sua supervisão entendam suas responsabilidades em relação ao Código e a outras políticas da Empresa.
- Criar um ambiente no qual os colaboradores se sintam à vontade para levantar temas, assuntos, questões ou violações ao Código.
- Sempre atuar para impedir violações do Código de Ética e Conduta Profissional por parte das pessoas que estão sob a sua supervisão.

### ***FAZER ACUSAÇÕES FALSAS***

*O Shopping irá proteger qualquer colaborador que informar ou levantar uma questão honestamente. Porém, fazer acusações falsas, afirmar aquilo que se sabe ser falso ou negar o que se sabe ser verdadeiro constituem violações ao Código.*

## **6. DIRETRIZES E INSTRUÇÕES**

### **6.1. Uso de Correio Eletrônico**

O colaborador deve evitar o uso e a troca de e-mails vinculados a informações de teor banal e/ou correntes, que não agregam conteúdo relacionado ao trabalho, devendo o e-mail ser utilizado da maneira mais produtiva possível, evitando-se desperdícios. Não utilize os e-mails, computadores e



equipamentos do Shopping para negócios externos ou atividades ilegais ou antiéticas, como jogatina, pornografia ou outro assunto ofensivo.

## 6.2. Acesso à Internet

O colaborador somente terá permissão para acessar os sites diretamente relacionados à sua atividade de trabalho. Caso haja necessidade de uso de novos sites, deverá solicitar a avaliação e autorização do seu superior imediato.

## 6.3. Uso de Materiais e Serviços Oferecidos pela Empresa

Os materiais, equipamentos e serviços fornecidos pela Empresa serão de uso restrito para o desempenho das atividades dos colaboradores, não devendo ser utilizados para benefício pessoal ou de qualquer outra pessoa, exceto o da Empresa. A título de exemplo, mas não se limitando a estes, citamos: datashow, telefones, câmera fotográfica, ferramentas, material de escritório, cópias e impressões, e-mails, sistema de computador, aparelhos de comunicação sem fio, veículos, etc.

### **EXEMPLOS DE BENS DA EMPRESA**

- *Dinheiro.*
- *Horas de trabalho dos colaboradores.*
- *Telefones e aparelhos de comunicação sem fio.*
- *Veículos da Empresa.*
- *Computadores e impressoras.*

### **Uso indevido de bens da Empresa**

*Um colaborador utilizou o computador e a impressora da Empresa, assim como seu tempo de trabalho, para criar e depois imprimir convites de aniversário. O colaborador fez uso indevido dos bens da Empresa.*



### ***Assistência pessoal***

*Um gerente pediu a um assistente-administrativo para cuidar de seus assuntos pessoais durante o horário de trabalho no Shopping, como, por exemplo, recolher roupas na lavanderia, comprar presentes pessoais, pagar suas contas. O gerente fez uso indevido do tempo de trabalho do assistente, que é um bem da Empresa.*

### ***Ingressos de eventos***

*Um colaborador da área de Marketing, que possui acesso aos ingressos para eventos do Shopping para fins de promoções aos clientes, enviou ingressos para um gerente de hotel em troca de diárias gratuitas para seu uso pessoal. O colaborador fez uso indevido dos bens da Empresa.*

## **6.4. Recebimento de Presentes, Refeições, Entretenimento, Brindes e Cortesias**

Não aceite presentes, refeições, entretenimento ou qualquer outro favor de clientes, lojistas, parceiros ou fornecedores do Shopping se isso comprometer ou der a impressão de comprometer sua habilidade de tomar decisões objetivas em prol da Empresa.

Não será permitido o recebimento de presentes, brindes, viagens e cortesias que possam caracterizar a troca de favores ou o conflito de interesses. Caso haja esse tipo de abordagem, o colaborador deverá comunicar ao seu gestor imediato ou ao Departamento Jurídico.

É permitido o recebimento de presentes, brindes e cortesias com valor que não exceda 10% (dez por cento) do salário mínimo vigente ou que não tenham valor comercial, tais como canetas, camisetas, chocolates, livros, etc.



## 6.5. Envolvimento Político e Religioso

O Plaza Shopping tem uma postura imparcial em relação a assuntos políticos e religiosos. Os colaboradores não poderão fazer campanhas políticas e/ou religiosas e manifestações partidárias dentro das dependências (áreas interna e externa - estacionamento) do Shopping, assim como não podem vincular a imagem da Empresa a quaisquer atividades dessa natureza.

## 6.6. Comercialização de Produtos e Serviços nas Instalações da Empresa

Os colaboradores não podem comercializar produtos e serviços nas dependências da Empresa.

## 6.7. Vestimenta e Imagem Profissional

Todo colaborador, no exercício de suas atividades profissionais, representa a imagem da Empresa e, por essa razão, deve preocupar-se com roupas e/ou acessórios que valorizem a imagem do Plaza Shopping, evitando exposições desnecessárias.

Para os departamentos que possuem uniformes, é obrigatório o seu uso durante todo o horário do trabalho, sempre com asseio, devendo ser mantido a limpo e conservado. Ao término do contrato o colaborador deverá devolver o uniforme. Caso o colaborador esteja utilizando o uniforme da Empresa em atos que envolvam brigas, ocorrências policiais e/ou qualquer ato que possa denegrir a imagem da Empresa dentro ou fora do horário de trabalho, estará sujeito até a demissão por justa causa.

Os colaboradores, na ausência de uso de fardamento definido pela Empresa, devem zelar pela sua apresentação pessoal durante o expediente, atentando para o uso de vestimentas adequadas à sua atividade, sem exagero, devendo as situações consideradas inapropriadas serem tratadas pela chefia imediata.





Para as mulheres, não é permitido utilizar, nas dependências da Empresa, roupas que deixam a barriga à mostra, chinelos, decote acentuado, saia curta e roupas demasiadamente justas e/ou transparentes.

Para os homens, não é permitida a entrada e a circulação nas dependências da Empresa usando short, bermuda, chinelos, camiseta regata, camisa desabotoada com peito à mostra, roupas transparentes.

Os colaboradores devem cuidar da sua própria imagem pessoal, adotando uma postura profissional adequada e ética diante dos clientes, fornecedores, parceiros, lojistas e da comunidade ao seu redor, devendo agir com discrição, educação e respeito incondicional às pessoas.

#### 6.8. Exemplos de Conduta Pessoal Incorreta

A conduta pessoal é incorreta quando, por meio desta, prejudicam-se os interesses legítimos dos outros empregados, os interesses da Empresa e o próprio desempenho do colaborador.

##### **Constituem exemplos de má conduta:**

- a) Tratar os colegas, colaboradores da Empresa, terceiros, clientes, fornecedores e qualquer outra pessoa com descortesia, agressividade ou falta de respeito.
- b) Falar mal dos colegas, gestores, clientes, fornecedores ou de qualquer outra pessoa ou fazer fofoca ou comentários sobre a vida pessoal.
- c) Fazer uso de palavrões ou termos de baixo calão (linguagem caracterizada por termos obscenos ou grosseiros).
- d) Fazer comentários e/ou divulgar informações de natureza confidencial e sigilosa relativas à operação da Empresa.

## **EXEMPLO**

### ***E-mail recebido por engano***

***Pergunta:*** Recebi por engano um e-mail com um arquivo contendo o salário de vários colaboradores do Shopping. Posso enviá-lo para outras pessoas do trabalho? ***Resposta:*** NÃO. Você não deve ter acesso a essas informações, que são confidenciais. Você deve excluir o e-mail imediatamente e avisar o remetente do erro. Revelar essas informações para outros colaboradores constitui violação ao Código.

- e) Omitir-se diante de fatos/ocorrências e informações relevantes que impliquem danos/ prejuízos financeiros ou que possam comprometer a imagem da Empresa ou ainda que possam colocar em risco os colaboradores ou a própria operação.
- f) Realizar ou tomar empréstimo financeiro com colegas de trabalho, colaboradores, clientes, fornecedores ou lojistas.
- g) Manifestar-se, em veículos da mídia, em nome do shopping ou empresas do Grupo, sem a prévia autorização da Direção e do Departamento de Comunicação.
- h) Prestar serviços a terceiros, cuja natureza conflitem com os nossos interesses.
- i) Prestar serviços a lojistas nas dependências do Shopping, no horário do expediente, em caráter particular.
- j) Solicitar qualquer tipo de favor a lojistas ou parceiros que estejam relacionados com a atividade-fim dos mesmos.
- k) Realizar, durante o horário de trabalho, atividades pessoais que interfiram ou impeçam o cumprimento de suas responsabilidades profissionais.



Nossas ações devem ser sempre marcadas pela integridade, confiança e lealdade, bem como pelo respeito e pela valorização do ser humano, em sua privacidade, individualidade e dignidade.

## **7. RELAÇÃO COM O CLIENTE**

O compromisso com a satisfação de nossos clientes deve refletir-se no respeito aos seus direitos e na busca por soluções que atendam a seus interesses, sempre em consonância com os objetivos de desenvolvimento do shopping e das empresas do Grupo. O bom relacionamento é o princípio básico para a satisfação. Os clientes devem ser atendidos com cortesia, eficiência e transparência, sendo vedado qualquer tratamento preferencial a quem quer que seja para satisfazer interesse ou sentimento pessoal.

## **8. RELAÇÃO COM OS COLEGAS DE TRABALHO**

Para manter o local de trabalho um ambiente agradável e harmonioso, é necessário que haja a boa convivência entre as pessoas que ali trabalham. Não será tolerada qualquer atitude gerada por preconceitos relacionados a raça, cor, sexo, religião, orientação sexual, classe social, nacionalidade, idade, estado civil, posição político-partidária ou qualquer tipo de limitação física ou mental, dirigida a qualquer pessoa. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza.

### **Relacionamentos Pessoais no Ambiente de Trabalho**

Relacionamentos pessoais no trabalho não devem influenciar sua habilidade de atuar em prol da Empresa e não devem afetar nenhuma relação de trabalho. Todas as decisões relativas a emprego (admissão, promoção, demissão) devem ser feitas com base em qualificações, desempenho, habilidades e experiência.



## **Relacionamento Amoroso**

O namoro entre colaboradores não é proibido nem incentivado pela Empresa. Nem mesmo beijos e abraços são permitidos dentro das dependências da Empresa, onde se deve ter uma postura profissional.

## **Relações no Ambiente de Trabalho**

As relações no ambiente de trabalho devem-se pautar pela cortesia, pelo respeito, pelo espírito de equipe, pela lealdade, pela confiança e pelos valores éticos esperados pelo Shopping na busca de seus resultados. Colaboradores que tenham relacionamentos pessoais (parentesco, amoroso ou interpessoal) não podem ter relação de subordinação.

Por subordinação entende-se a situação pela qual o empregado sujeita o exercício direto de suas atividades laborativas à vontade de outrem, detentor de poderes de direção, regulamentação, promoção, fiscalização e/ou punição.

### **8.1. Assédio Moral e Sexual**

O Plaza Shopping condena a prática de qualquer ato de assédio moral ou sexual no ambiente de trabalho ou fora dele, ofensas ou intimidações nas diversas relações de trabalho e em todos os níveis hierárquicos.

Todos os colaboradores devem contribuir para a criação e preservação de um ambiente saudável, evitando a propagação de informações não construtivas. Os casos de assédio sexual ou moral cometidos no ambiente de trabalho, desde que devidamente comprovados, autorizam o empregador a demitir o empregado por justa causa.

## **9. CONFLITO DE INTERESSES**

### **Discursos e apresentações**

O colaborador deve obter autorização prévia e por escrito da Gerência e da Superintendência antes da sua participação em apresentações, discursos, palestras e similares se:

- a) O convite for feito diretamente ao colaborador, e não ao superintendente.
- b) Estiver fazendo o discurso ou a apresentação como parte do seu trabalho na Empresa.
- c) O conteúdo menciona assunto relativo ao exercício de sua atividade desempenhada pela Empresa.
- d) Estiver formalmente identificado no discurso ou na apresentação como funcionário da Empresa.

Todo material a ser divulgado ou apresentado deve ser previamente submetido ao conhecimento do Comitê, com autorização do Departamento de Comunicação do Shopping e Gerência imediata.

### **9.1. Ao Lidar com Concorrentes**

O colaborador deve obter autorização prévia e por escrito da Gerência e da Superintendência antes de receber equipes ou pessoas de outros shoppings, ligadas ao varejo ou a instituição de ensino, para visitas técnicas em nome da Empresa, utilizando-se de suas credenciais para o acesso às dependências do Shopping ou, ainda, do conhecimento que possua em virtude do cargo que ocupa.



## 10. RELAÇÃO COM FORNECEDORES E PARCEIROS

O processo de compra de produtos e/ou serviços (cotação, pedido e fechamento de negócio) deve ser transparente e objetivo, seguindo as regras e os regulamentos internos, evitando situações de favorecimento direto ou indireto a um determinado fornecedor ou em benefício próprio ou de parentes e amigos.

### **EXEMPLOS:**

#### ***Escolhendo o Fornecedor***

**Pergunta:** *É minha função escolher um fornecedor de material para o Shopping, e um dos fornecedores que estão sendo considerados é uma empresa cujo dono é meu parente. Preciso tomar alguma precaução?*

**Resposta:** *Nessa situação há conflito de interesses. Você deve consultar o seu gerente e o Comitê de Conduta Ética do Shopping e não se envolver no processo de seleção ou eliminar a empresa do seu parente da lista de concorrentes.*

**De acordo com o Código, quem é considerado meu parente?** *Cônjuge, pais, irmãos, avós, filhos, netos, sogros, cunhados, companheiro são todos considerados parentes. Também está incluído qualquer membro da família que more com você ou que seja seu dependente financeiro ou de quem você seja financeiramente dependente.*

## 11. PROTEÇÃO DE DADOS E LGPD

O Plaza Shopping tem o dever e a disciplina de zelar pela qualidade do tratamento dos dados pessoais, praticando rigorosamente a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018).

Dessa forma, todos os funcionários, contratados, colaboradores, gestores, prestadores que estejam sob observância das diretrizes estabelecidas neste



Código de Ética, devem assegurar e se certificar de que, na condução de toda e qualquer atividade onde exista tratamento de dados pessoais especialmente divulgação e compartilhamento de dados, haja observância das bases legais preconizadas na LGPD, sobretudo o expresso e inequívoco consentimento, sem deixar, ainda, de observar a boa-fé e a confidencialidade dos mesmos.

Também devem ser observados os princípios legais de: (i) finalidade, ou seja, tratamento de dados seguindo-se propósitos legítimos, com objetivos explícitos ao titular dos dados pessoais; (ii) adequação, que significa a compatibilidade do tratamento de dados pessoais com os direitos e obrigações dispostos em Lei; (iii) necessidade, que limita a realização do tratamento à finalidade, ou seja, proporcional e não excessivo; (iv) livre acesso, que proporciona ao titular dos dados pessoais a garantia de consulta facilitada e gratuita sobre a forma e duração do tratamento; (v) qualidade dos dados; (vi) transparência; (vii) segurança; (viii) prevenção; (ix) não discriminação; (x) responsabilização e prestação de contas.

## **12. AÇÕES DISCIPLINARES**

A Empresa utiliza um sistema de ação disciplinar progressivo, que inclui advertência, suspensão e demissão por justa causa. A área de Gestão de Pessoas registrará no dossiê do colaborador a cópia de qualquer medida disciplinar aplicada aos colaboradores por infração ao Código ou regulamentos e as diretrizes internas dos shoppings.

A ÁREA DE GESTÃO DE PESSOAS será a responsável por fornecer o livreto do CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA PROFISSIONAL aos novos colaboradores, dando ciência e mantendo o registro da concordância dos mesmos. Isso deverá acontecer por ocasião do Programa de Integração do Novo Colaborador.

É de responsabilidade dos gestores a divulgação e sedimentação do CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA PROFISSIONAL para os colaboradores da sua área,



esclarecendo dúvidas e verificando o entendimento quanto ao conteúdo e a aplicação.

O Código de Ética não aborda todas as condutas no local de trabalho. A Empresa possui outros mecanismos, como regulamentos internos, políticas, diretrizes e portarias, que podem fornecer mais orientações sobre assuntos do Código ou abordar outras condutas que, nele, não estejam inseridas.

### **ORIENTAÇÕES**

**Pergunta:** *A quem posso pedir orientações sobre o Código?*

**Resposta:** *Na dúvida, pergunte! Você pode buscar ajuda: 1) com seu gestor imediato; 2) com sua gerência; 3) com a área de Gestão de Pessoas; 4) através do e-mail [etica@plazacasaforte.com.br](mailto:etica@plazacasaforte.com.br); 5) com o Departamento Jurídico.*

### **13. COMITÊ DE CONDUTA ÉTICA**

O Shopping manterá organizado um Comitê de Conduta Ética que será composto por representantes do Conselho Diretor, do Departamento Jurídico interno e da área de Gestão de Pessoas, devendo ser notificado quando do não cumprimento do Código de Ética e Conduta Profissional.

Ao Comitê de Conduta Ética caberá zelar e definir pelos princípios éticos preconizados no Código de Ética e Conduta Profissional.

Caberá também ao Comitê e ao Departamento Jurídico interno toda e qualquer alteração e/ou acréscimos no Manual, conforme necessidade dos Shoppings, fazendo as revisões periódicas para assegurar um ambiente de harmonia e bem-estar constantes.

### **CONDUTAS**

**Pergunta:** *O Código abrange todas as condutas no local de trabalho?*





**Resposta:** Não. O Shopping possui outros mecanismos, como regulamentos internos, diretrizes, políticas, que podem fornecer mais orientações sobre assuntos do Código ou abordar outras condutas que nele não estejam inseridas.

#### **14. TERMO DE COMPROMISSO E DECLARAÇÃO**

Todos os colaboradores e colaboradores de todos os níveis deverão assinar uma declaração confirmando que leram o Código de Ética e Conduta Profissional e que concordam em obedecer às suas disposições. Ninguém poderá alegar desconhecimento, e a não leitura do Código ou a não assinatura da declaração não constituem liberação da obediência do colaborador ao Código.

O PLAZA SHOPPING SE RESERVA O DIREITO DE EMENDAR, ALTERAR OU CANCELAR QUALQUER DISPOSITIVO DESTE CÓDIGO A QUALQUER MOMENTO E POR QUALQUER MOTIVO.