



## CÓDIGO DE CONDUTA ÉTICA EM COMPRAS

Revisão: 03/09/26

### 1 SUMÁRIO

---

|    |                                     |   |
|----|-------------------------------------|---|
| 2  | OBJETIVO.....                       | 2 |
| 3  | ABRANGÊNCIA.....                    | 2 |
| 4  | IDONEIDADE E ÉTICA.....             | 2 |
| 5  | CONFLITO DE INTERESSES.....         | 2 |
| 6  | BRINDES E PRESENTES.....            | 2 |
| 7  | EVENTOS SOCIAIS.....                | 3 |
| 8  | DECISÕES DE COMPRAS.....            | 3 |
| 9  | SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO.....        | 4 |
| 10 | FORMAS DE TRATAMENTO.....           | 4 |
| 11 | CANAL DE DENÚNCIAS E OUVIDORIA..... | 4 |
| 12 | OBSERVAÇÕES FINAIS.....             | 5 |

## 2 OBJETIVO

---

O presente Código de Conduta Ética tem como finalidade assegurar a integridade, transparência, isenção e equidade nas relações entre os profissionais de compras da ORQUÍDEA ALIMENTOS e seus fornecedores de produtos e serviços. Este documento visa prevenir conflitos de interesses e coibir qualquer prática que possa comprometer a reputação da empresa ou gerar vantagens pessoais indevidas em detrimento dos interesses organizacionais.

## 3 ABRANGÊNCIA

---

Este Código se aplica exclusivamente ao Setor de Compras da ORQUÍDEA ALIMENTOS, considerando sua função estratégica no relacionamento com fornecedores e na gestão de contratos e aquisições. Setores que eventualmente atuem em atividades correlatas, como contratação de transportes, serviços de consultoria, manutenção ou outros, devem observar as diretrizes deste documento como referência ética, ainda que não se enquadrem formalmente em seu escopo.

## 4 IDONEIDADE E ÉTICA

---

O profissional de compras lida diariamente com informações privilegiadas, negociações estratégicas e decisões sensíveis. Dessa forma, espera-se que sua conduta seja pautada por:

- Ética, honestidade e imparcialidade;
- Transparência em todos os processos;
- Responsabilidade nas decisões de aquisição;
- Imparcialidade na escolha de fornecedores;
- Comprometimento com o melhor interesse da empresa.

A **ética não é opcional**, mas uma condição indispensável para o exercício da função.

## 5 CONFLITO DE INTERESSES

---

É caracterizado como conflito de interesses qualquer situação em que interesses pessoais ou externos interfiram, ou possam interferir, na tomada de decisão profissional. Exemplos incluem:

- Manter interesses financeiros diretos ou indiretos com fornecedores;
- Utilizar informações confidenciais da empresa para benefício próprio ou de terceiros;
- Usar bens ou recursos da ORQUÍDEA ALIMENTOS para fins pessoais, salvo autorização prévia;
- Obter descontos pessoais por influência do cargo ocupado;
- Favorecer fornecedores com base em relações pessoais, desconsiderando critérios técnicos e comerciais.

## 6 BRINDES E PRESENTES

---

A aceitação de brindes e presentes pode comprometer a imparcialidade das decisões. Portanto:

- É permitido aceitar apenas brindes de caráter institucional com logomarca do fornecedor, como canetas, chaveiros, agendas, porta-cartões, etc.
- Presentes de baixo valor, como chocolates, bebidas, pequenas cestas ou brindes simbólicos, são tolerados, desde que não recorrentes nem de alto valor agregado.
- É proibido aceitar:
  - Dinheiro em qualquer forma;
  - Eletrodomésticos ou eletrônicos de valor elevado;
  - Roupas (exceto camisetas promocionais), calçados, móveis ou itens de uso pessoal que possam configurar vantagem indevida.

Os presentes recebidos poderão, conforme sua natureza e desde que em conformidade com as disposições deste Código:

- ser destinados a ações internas, como sorteios, campanhas ou outras iniciativas promovidas pela empresa;
- ser destinados a instituições ou entidades, conforme avaliação da empresa;
- ser destinados ao uso pessoal do colaborador, desde que sua aceitação esteja de acordo com as regras estabelecidas neste Código.

É expressamente vedado receber presentes em domicílio, o que será considerado descumprimento grave das normas éticas.

É proibido solicitar brindes a fornecedores, salvo em nome da empresa para ações corporativas, e sempre por meio de ofício emitido pelos setores de Marketing ou Comunicação Interna.

## 7 EVENTOS SOCIAIS

---

Convites para almoços, eventos esportivos, culturais ou confraternizações devem ser analisados com critério e bom senso. A participação deve ser esporádica, desde que o convite não gere, ou possa aparentar gerar, qualquer favorecimento, obrigação ou comprometimento da isenção na relação profissional com o fornecedor, cliente ou parceiro.

Em caso de dúvida sobre a possibilidade de aceitar um convite, o colaborador deve consultar previamente seu gestor imediato ou a Ouvidoria da empresa.

A Ouvidoria é um canal independente e confidencial disponibilizado pela empresa para receber dúvidas, orientações, relatos, reclamações, sugestões ou comunicações relacionadas a situações que possam contrariar as políticas, o Código de Conduta ou os princípios éticos da organização. O canal também pode ser utilizado quando o colaborador tiver dúvida sobre como proceder diante de uma situação que envolva possível conflito de interesses ou conduta inadequada.

## 8 DECISÕES DE COMPRAS

---

As decisões devem seguir os princípios da transparência, economicidade e competitividade, sendo obrigatório:

- Realizar cotações com, no mínimo, três fornecedores cadastrados, salvo justificativas documentadas;

- Buscar novos fornecedores quando necessário, para garantir diversidade e competitividade;
- Ser imparcial, não privilegiando parceiros comerciais por conveniência ou afinidade;
- Documentar de forma clara os critérios adotados para escolha e negociação.

A recorrência de contratos com os mesmos fornecedores, sem justificativa técnica, poderá ser investigada por suspeita de conflito de interesses.

## 9 SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

---

Os profissionais de compras devem garantir o sigilo das informações comerciais e estratégicas da empresa, tais como:

- Preços, condições comerciais, dados cadastrais de fornecedores;
- Documentos de cotação e análises comparativas.

A divulgação de informações a terceiros ou concorrentes é expressamente proibida, salvo autorização formal da diretoria.

## 10 FORMAS DE TRATAMENTO

---

A relação com fornecedores deve ser:

- Profissional, respeitosa e objetiva;
- Firme, mas nunca hostil ou ofensiva;
- Isenta de intimidades ou linguagem excessivamente pessoal.

A utilização de termos afetivos, apelidos ou informalidades exageradas pode comprometer a imagem do profissional e da empresa.

## 11 CANAL DE DENÚNCIAS E OUVIDORIA

---

Situações que envolvam dúvidas éticas, comportamento suspeito ou violações ao presente Código deverão ser comunicadas imediatamente à Ouvidoria da TONDO S.A., disponível para denúncias anônimas e proteção dos envolvidos. A tolerância zero a atos antiéticos é uma diretriz inegociável da empresa.

