



O
Creative
de ser™

Creative Associates International
CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA EMPRESARIAL



C
CREATIVE

“

Se você quiser ir rápido,
vá sozinho;

Se quiser ir longe,

vá acompanhado.



Conteúdo



6

Missão, Visão e Valores



8

Mensagem do Presidente e CEO Leland Krivant



10

Fazer o que é certo do Jeito Creative de Ser



12

Em todo o mundo e em Nossa Própria Comunidade

1. Responsabilidades de todos
2. Responsabilidades adicionais para Líderes/Gerentes
3. Tomar decisões éticas do jeito Creative de ser
4. Responsabilidades dos fornecedores e outros parceiros de negócios

Sobre a Creative Associates International

Nossos especialistas se concentram na construção de sistemas educacionais inclusivos, na transição de comunidades do conflito para a paz, no avanço do crescimento econômico sustentável, no envolvimento dos jovens, na promoção de eleições transparentes e muito mais. Desde nossa fundação em 1977 por quatro mulheres empreendedoras, a Creative é uma organização orientada a missões, realizando projetos em mais de 85 países. Hoje, contamos com 1.000 profissionais em todo o mundo comprometidos em trabalhar ao lado de comunidades, instituições, setor privado e organizações não-governamentais para ajudar as pessoas a perceber a mudança positiva que buscam.

14

Defendendo o Código

- 1. Buscando Orientação e Falando abertamente
- 2. Reportar uma pergunta ou preocupação - Fale abertamente
- 3. Departamento de Ética e Conformidade
- 4. Tolerância zero à retaliação
- 5. Investigações Internas
- 6. Investigações Governamentais
- 7. Ação disciplinar/Corretiva
- 8. Exceções ao Código



16

O Processo de Relatório e Investigação

18

Expectativas de Comportamento dos Funcionários



20

O jeito Creative de ser para NOSSA EQUIPE

- 1. Valorizando a Diversidade e Inclusão
- 2. Prevenção de Assédio e Discriminação
- 3. Promovendo um Local de Trabalho Seguro e Saudável
- 4. Protegendo Informações Pessoais
- 5. Usando mídias sociais com responsabilidade
- 6. Evitando Conflitos de Interesse:
 - A Cortesias comerciais, Presentes e Ingressos para Espetáculos
 - B Emprego Externo e Atividades Relacionadas



30

O Jeito Creative de Ser para NOSSO CLIENTES E CONSUMIDORES

- 1. Criando e Mantendo Registros e Contas Precisas
- 2. Preservando a reputação e outros ativos da empresa
- 3. Respondendo a perguntas do governo dos EUA, governos estrangeiros e a mídia

36

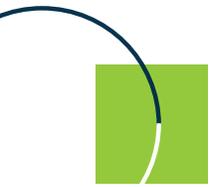
O jeito Creative de ser para NOSSO MERCADO GLOBAL

- 1. Conduzindo Negócios Globalmente
- 2. Prevenção de Suborno e Corrupção
- 3. Tráfico de Seres Humanos
- 4. Proteção à Criança e Exploração Sexual
- 5. Prevenção de Desperdícios, Fraudes e Abusos
- 6. Concorrência leal
- 7. Fornecimento responsável e Proteção dos Direitos Humanos

46

O jeito Creative de ser para NOSSAS COMUNIDADES

- 1. Protegendo o Meio ambiente
- 2. Contribuindo para nossas comunidades



Nossa missão

Apoiar as
pessoas em
todo o mundo
a concretizarem
a busca positiva
pela mudança.

Nossos valores

- Respeito Mútuo
- Comunicação franca, clara e direta
- Trabalho em equipe
- Foco no Cliente
- Excelência técnica

Nossa Visão

A Creative visualiza bairros, comunidades e regiões estáveis que possam desenvolver instituições eficazes para prover o seu povo, permitindo-lhes superar dificuldades e viver vidas pacíficas e gratificantes.



Mensagem do Presidente e CEO



Leland Kruvant

Tos pilares fundamentais de nossa empresa são encontrados em nossa missão, visão e valores, que definiram quem somos desde a nossa criação, há mais de 40 anos. Eles ajudam a moldar nossas decisões, fornecem um mapa detalhado de como interagimos uns com os outros e destacam o que consideramos mais importante. Simplificando, são as lentes por meio das quais vemos o mundo e nossa posição única como empresa para melhorá-lo.

A Creative trabalha para garantir que todos os funcionários, independentemente de seu lugar de origem e cultura, tenham as ferramentas e os recursos necessários para manter os mais altos padrões de conformidade ética. O jeito Creative de ser - O Código Internacional de Ética e Conduta Comercial da Creative Associates serve como um guia aos funcionários sobre as perguntas certas a serem feitas, os especialistas certos a serem consultados e a maneira correta de tomar decisões comerciais éticas. O Código contém informações úteis que todos nós, como funcionários, devemos conhecer e seguir.

Desde nosso primeiro projeto, construímos coletivamente nossa reputação junto aos clientes, governos, comunidades e beneficiários da comunidade de desenvolvimento como um parceiro confiável. Isso é resultado de bastante trabalho, vigilância e dedicação de todos nossos colegas. A confiança é um dos nossos ativos mais valiosos, mas também é um dos mais frágeis. Por meio de uma notícia

ou evento, um incidente, uma decisão ruim ou um comentário descuidado, a confiança que trabalhamos tanto para ganhar pode ser perdida.

É por isso que a maneira como conduzimos nossos negócios é tão importante quanto os serviços que oferecemos. Em outras palavras, como fazemos nosso trabalho é tão importante quanto o que fazemos. Nosso Código nos proporciona as informações e os recursos necessários para realizar nossos negócios de maneira responsável, para tomar decisões éticas baseadas em valores e para manter a confiança.

O Código de Ética e Conduta Comercial da Creative reflete nossa determinação contínua e absoluta de fazer a coisa certa em tudo o que fazemos. Leia nosso Código e use-o para orientar suas ações diárias. Entre em contato se tiver alguma dúvida ou preocupação e procure orientação sempre que tiver dúvidas sobre como fazer a coisa certa.



Leland Kruvant
President & CEO
Creative Associates International

Introdução: Fazendo o que é certo O jeito *Creative de ser*



O início: Quatro mulheres, uma visão

Em 1977, no porão de um condomínio em Washington, DC, quatro mulheres com diversas origens culturais e uma mesma paixão pela excelência e oportunidade educacional fundaram a empresa que se tornaria a Creative Associates International. Charito Krivant foi pioneira na educação bilíngue e trabalhou com o Head Start em bairros de minorias de Nova Jersey. Mimi Tse, inicialmente capacitada como químico, era fascinada pela psicologia infantil e pelo desenvolvimento da mente jovem. Diane Dodge era uma especialista em primeira infância e Cheryl Jones era uma profissional de educação realizada.

Os quatro colaboraram em um projeto de desenvolvimento para a primeira infância, focado em programas de educação e desenvolvimento humano nos EUA. Eventualmente, seu foco doméstico se estendeu à promoção do desenvolvimento educacional internacional e ao apoio às comunidades em transição. Seu espírito empreendedor ajudou a construir a reputação da Creative em inovação, iniciativa e flexibilidade. Hoje, a Creative é liderada por um grupo diversificado de profissionais experientes.

Empreendemos projetos em mais de 85 países e temos programas ativos em mais

de 30 países. O portfólio da empresa cresceu consideravelmente e agora inclui educação, crescimento econômico, -comunidades estabilizadas, aprimorando a boa governança, promovendo eleições transparentes e muito mais - tudo visando melhorar a vida de milhões de pessoas em todo o mundo.

Os principais valores que motivaram a empresa todos esses anos atrás ainda permeiam tudo o que a Creative faz: Respeito um pelo outro; Comunicação franca, clara e direta; Trabalho em equipe; Foco no Cliente; e excelência técnica. Nossos valores são essenciais e constituem o tecido da empresa. Eles orientam a maneira como trabalhamos com nossos parceiros de negócios, dentro de nossas comunidades e entre si. Por meio da integridade, responsabilidade, paixão, humildade, simplicidade e foco no sucesso, criamos uma cultura de desempenho ética e vibrante. É assim que fazemos o que é certo, da maneira da Creative, para tornar o mundo um lugar melhor.

O Código de Ética e Conduta Comercial contém muitas informações importantes e recursos que nos ajudam a conduzir nossos negócios de forma legal, ética, responsável e de acordo com nossos valores. É legível, fácil de usar e relevante para as tarefas do dia a dia. Familiarize-se com o Código e use-o frequentemente. Os tópicos estão organizados em quatro grandes tópicos e representam nossos principais partes interessadas - os grupos de pessoas que têm participação ou são afetados pela maneira como administramos nossos negócios.

Consultando o Código

Os tópicos estão agrupados em **quatro categorias**:

Nossa Equipe

Nosso Mercado

Nossos Consumidores e Clientes

Nosso Comunidades

Cada tópico do Código está dividido em **três seções**:



Fazendo o que é certo

A abordagem da Creative na condução de negócios, definindo a expectativa de como nos conduzimos.



O que isso significa

Como nos comportamos para atender ou exceder nossas expectativas e as que os outros têm de nós.



Por que isso é importante

A importância de seguir o padrão relevante para proteger a reputação da Creative, evitar riscos indesejados e contribuir para a sustentabilidade em longo prazo da empresa.



Em todo o Mundo e em Nossa Própria Comunidade

Nossa reputação e sucesso dependem das decisões e ações de nossos funcionários em todo o mundo. Temos o compromisso de garantir que todas as ações que realizamos respeitem os valores da Creative e estejam em total conformidade com a lei e nosso Código.

Everyone's Responsibility

Como funcionários, temos uma responsabilidade compartilhada - individual e coletivamente - pela forma como a Creative conduz os negócios e pelo impacto que temos no mundo. Nosso Código reflete quem somos e o que é importante para nós. Ele proporciona uma visão geral das leis, regulamentos e políticas da empresa que se aplicam a nós e ao trabalho que realizamos, mas faz mais do que isso - baseia-se em nossos valores compartilhados.

Por isso, contamos com todos os funcionários para cumprir nosso Código e tomar decisões que preservarão a confiança que outros depositam em nós. Esperamos o mesmo de nossos parceiros de negócios, consultores, terceirizados e qualquer outra pessoa que atue em nome da empresa.

Responsabilidades adicionais para Líderes/Gerentes

Embora todos os funcionários da Creative sejam obrigados a agir com integridade, mostrar respeito e construir a confiança uns dos outros, os líderes e gerentes têm responsabilidades especiais sob nosso Código. Se você lidera ou supervisiona outras pessoas, a Creative exige que você demonstre liderança ética e defina o tom adequado:

- Promover um ambiente de trabalho positivo em que somente comportamentos legais, éticos e apropriados sejam aceitáveis
- Liderar pelo exemplo e modelar comportamentos adequados que sejam consistentes com os valores da Creative
- Comunicar regularmente a importância de práticas comerciais éticas e discutir as implicações éticas e legais das decisões de negócios
- Criar um ambiente de apoio em que os funcionários se sintam à vontade para realizar perguntas e preocupações e responder a essas perguntas e preocupações de maneira adequada e oportuna



- Fornecer recursos adequados de treinamento e desenvolvimento para permitir que os funcionários cumpram suas tarefas adequadamente e aumentem suas carreiras
- Identificação e mitigação de riscos comerciais relacionados à ética, conformidade e outras operações
- Usando nosso processo de análise de desempenho para avaliar os funcionários sobre quais objetivos de negócios alcançam e como eles os alcançam

Tomar decisões éticas do jeito Creative de ser

Toda decisão de negócios tem um componente ético. É importante considerar todas as partes interessadas e tomar decisões em conformidade com a missão, visão e valores da Creative. Use o modelo de tomada de decisão abaixo como um guia.

Responsabilidades dos fornecedores e outros parceiros de negócios

Acreditamos em fazer negócios com parceiros de negócios que compartilham nossos valores e abordagem para fazer negócios. Esperamos que esses parceiros de negócios analisem, entendam e ajam de forma consistente com os padrões estabelecidos no Código de Conduta de Fornecedores Globais da Creative.





Defendendo o Código



Buscando Orientação e Falando abertamente

Na Creative, nos esforçamos para manter uma cultura em que nossas perguntas e preocupações sejam reconhecidas e consideradas. Isso nos dá a liberdade de fazer o nosso melhor, aumentar a confiança, demonstrar liderança ética e buscar nossa Missão e Visão. Se você tiver qualquer dúvida ou preocupação com o Código, existem vários recursos disponíveis.

Falando Abertamente

Reportar uma pergunta ou preocupação

Todos os funcionários da Creative são incentivados e aconselhados a usar os diferentes canais disponíveis para relatar uma pergunta ou preocupação:

1

Fale com nosso:
Gerent/Supervisor /Coordenador de Projeto

2

Envie um relatório eletrônico:
www.creativeassociatesinternational.com/directline

3

Linha gratuita:
1 (877) 750-2732 or 1 (202) 772-2137

4

Envie um email para:
Hotline@CreativeDC.com



Departamento de Ética e Conformidade

O Departamento de Ética e Conformidade é um recurso para:

- Fornecer orientações e esclarecer como aplicar este Código ou uma política da empresa a nossas atividades comerciais
- Oferecer aconselhamento, aconselhamento, conscientização e treinamento sobre ética e conformidade
- Moldar a cultura da empresa e mitigar o risco ético

Tolerância zero à retaliação

Como empresa, sabemos que é preciso coragem para avançar e compartilhar suas preocupações. Apoiamos a comunicação honesta e aberta e incentivamos nossos funcionários a fazer perguntas e informar suas preocupações. Não retaliaremos qualquer indivíduo que, de boa fé, revele violações reais ou suspeitas ou participe de uma investigação de ética da Creative. A retaliação causará ações disciplinares, incluindo a rescisão do contrato de trabalho.

Ação disciplinar/Corretiva

Todos os funcionários devem cumprir este Código, e essa conformidade é uma condição do emprego. O não cumprimento do Código, das políticas da empresa e das leis aplicáveis pode resultar em ações disciplinares ou corretivas, incluindo demissão do emprego.

Exceções ao Código

Em raras circunstâncias, reconhecemos que uma aplicação estrita do Código pode causar dificuldades ou riscos significativos. Nesses casos excepcionais, uma renúncia ao Código pode ser solicitada a fim de minimizar dificuldades. Qualquer exceção a este Código deve ser aprovada pelo Departamento Jurídico.



O Processo de Relatório e Investigação

Como parte da cultura baseada em valores da Creative, é importante que os funcionários tenham a capacidade de levantar perguntas e preocupações, sem medo de serem retribuídos, e tenham a confiança de saber que suas preocupações são levadas a sério e, quando necessário, investigadas completamente.



Reportando Alegações

- É política da Creative que as alegações sejam relatadas utilizando os canais de denúncia da empresa:
 - 1 Fale com seu gerente/supervisor/ coordenador de projeto;
 - 2 Envie um relatório eletrônico para www.CreativeAssociatesInternational.com/directline;
 - 3 **Linha gratuita:** +1 (877) 750-2732 OR +1 (202) 772-2137;
 - 4 **Envie um email para** Hotline@CreativeDC.com
- O Departamento de Segurança, com assistência de outras organizações funcionais, administra o recebimento, análise, investigação e disposição adequada de todas as alegações
- Todos os funcionários da Creative devem seguir as orientações e apoiar os esforços do Departamento de Segurança ao lidar com as alegações
- Projetos e divisões não têm autoridade para investigar alegações de forma independente, devem fazê-lo sob a direção do Departamento de Segurança ou do Departamento Jurídico para investigações privilegiadas
- Ao relatar uma alegação, é importante ser o mais específico possível e fornecer detalhes sobre a alegação

Processo de Investigação e Protocolo

- Quando uma alegação é recebida, o Departamento de Segurança analisará a alegação e determinará se existe algum conflito de interesse envolvendo alguém que verifique as alegações.
- Conforme necessário, a Segurança envolverá a equipe Jurídica, de RH e do Programa para ajudar na investigação da alegação para determinar a credibilidade e precisão, e ainda protege o anonimato do acusador.
- Investigamos relatórios de violações reais ou suspeitas do Código, de forma imediata, justa e de acordo com nossas obrigações legais
- Todos os funcionários são obrigados a cooperar plenamente em qualquer investigação e são solicitados a manter seu conhecimento e participação em tal investigação em sigilo para ajudar a proteger a integridade da fonte do relatório
- Ao realizar investigações, buscamos resultados justos e bem fundamentados que equilibram nossos interesses em identificar e abordar má conduta, mantendo a dignidade das pessoas envolvidas

Confidencialidade e Retaliação

- O Departamento de Segurança garantirá que a identidade de uma pessoa que está enviando alegações seja tratada confidencialmente na maior extensão possível
- Não será aceitável fazer alegações maliciosas e falsas contra alguém por qualquer motivo
- O Creative não tolera nenhuma forma de retaliação ou vitimização contra indivíduos que denunciam alegações



Investigações e relatórios governamentais

- Embora seja um acontecimento improvável, é preciso saber como responder corretamente a uma solicitação do governo ou agência reguladora de informações, investigação ou ao relatar alegações
- Em tais circunstâncias, devemos cooperar legalmente e todas as informações que proporcionamos devem ser verdadeiras e precisas
- Para garantir que agimos adequadamente, protegendo o interesse da empresa, é importante encaminhá-lo ao Departamento de Segurança e Jurídico.





Expectativas de Comportamento dos Funcionários

Na Creative, somos uma empresa de pessoas. Baseada em relacionamentos e um forte compromisso com os valores, apoiamos as pessoas em todo o mundo a perceber a mudança positiva que buscam. Nesta missão, altos padrões éticos e excelente desempenho andam de mãos dadas - **Como fazemos** é algo tão importante **Como o que fazemos**. Para isso, são nossas expectativas para os funcionários da Creative:

1 Faça a coisa certa – *Sempre*

2

Responsabilizar-se por viver os valores da Creative e cumprir essas expectativas de comportamento

3

Tratar uns aos outros com respeito e justiça

4

Valorizar a diversidade de pensamentos, experiências e opiniões

5

Escute e se comunique ativamente com abertura, honestidade, respeito e clareza

6

Resolver conflitos de forma cuidadosa e construtiva, sem ataques pessoais ou raiva

7

Promover um ambiente de inclusão, confiança e empoderamento

8

Colabore com outros como parceiros de negócios

9

Reconhecer as contribuições dos demais

10

Comprometer-se com o sucesso de nossas equipes e desafiar-nos aos mais altos níveis de desempenho

O jeito Creative de ser *para...*





Nossa Equipe

A visão da Creative de apoiar as pessoas e criar mudanças positivas em todo o mundo começa com a promoção de um local de trabalho onde as pessoas sejam realmente valorizadas. Todos os funcionários têm o direito de serem tratados com justiça e respeito, e os convidamos para conversa a fim de criar o melhor resultado possível para todos os envolvidos. Juntos, podemos desbloquear um futuro ainda mais brilhante para nossa empresa, para nós e para os cidadãos globais que servimos.

1 Valorizando a Diversidade e Inclusão

Fazendo o que é certo

Acreditamos no poder das pessoas e respeitamos indivíduos de todas as origens, capacidades e opiniões. Valorizamos as contribuições uns dos outros e acreditamos que todos devem ter a mesma chance de ser bem-sucedidos. Incentivamos um ambiente inclusivo que promova expressão individual, criatividade, inovação e conquista.

O que isso significa

Nos tratamos com dignidade e respeito e promovemos uma atmosfera de comunicação aberta e franca:

- Contratamos, retemos e promovemos com base nas qualificações, habilidades demonstradas, realizações e outros méritos
- Nós não discriminamos
- Esperamos que nossos parceiros de negócios, consultores e terceirizados ajam de maneira consistente com nosso tratamento justo e padrões de igualdade de oportunidades
- Cumprimos todas as leis trabalhistas e de contratação aplicáveis

Por que isso é importante

Acreditamos que a diversidade - de pessoas e ideias - inspira a inovação e aprimora nossa vantagem competitiva no mercado global. Temos o compromisso de tratar os funcionários e candidatos a emprego de maneira justa e buscamos desenvolver e reter uma força de trabalho diversificada. Valorizamos indivíduos de diversas origens, experiências, abordagens e ideias e promovemos essa visão com aqueles com quem fazemos negócios.

“Acreditamos que a diversidade de pessoas e ideias inspira inovação e aperfeiçoa nossa vantagem competitiva no mercado global.”

O que você faria?

CENÁRIO:

Aisha é uma muçulmana paquistanesa que ingressou recentemente na empresa e está trabalhando com outros implementadores da USAID em um espaço de escritório compartilhado em apoio a um projeto da Creative. Ela usa um lenço na cabeça, cobrindo a cabeça e o pescoço, de acordo com suas crenças religiosas. O implementador principal introduziu um novo código de vestuário, o que levou seu gerente a dizer que ela não podia usar o lenço no trabalho por problemas de saúde e segurança. Aisha se recusou a fazê-lo. Ela foi suspensa e depois demitida.

Como essa situação poderia ser tratada de modo diferente?

RESPOSTA:

Se a nova política não considerasse crenças religiosas e códigos de vestuário correspondentes, ela deveria ser reescrita para ser mais inclusiva. A Aisha nunca deveria ter sido posta em posição de escolher entre suas crenças religiosas e seu trabalho.

2 Prevenção do Assédio e Discriminação

Fazendo o que é certo

Estamos empenhados em manter um ambiente de trabalho em que nosso pessoal seja tratado com dignidade e respeito e livre de assédio e discriminação.

O que isso significa

- Nos comportamos adequadamente em todas as relações com os demais
- Não toleramos qualquer forma de abuso ou assédio de colegas, parceiros de negócios ou qualquer outra pessoa com quem tenhamos negócios.
- Temos tolerância zero para conduta verbal ou física indesejada ou piadas degradantes e depreciativas relacionadas a raça, cor, idade, sexo, orientação sexual e outras categorias protegidas pelas leis que se aplicam a nós
- Temos consciência de como nossas ações e comentários podem ser percebidos ou mal compreendidos por outras pessoas
- Denunciamos casos de assédio ou discriminação

Por que isso é importante

Acreditamos que todo funcionário deve ser tratado com respeito, independentemente de raça, cor, etnia, origem nacional, religião, idade, deficiência, condição médica, status de veterano, estado civil, gênero, orientação sexual, identidade ou expressão de gênero. Um ambiente de trabalho sem assédio e discriminação nos permite crescer e prosperar juntos.

O que você faria?

CENÁRIO:

Kumar apoia um programa educacional na América Central, formado por uma equipe multicultural de expatriados dos EUA e nacionais de países locais. Dois membros da equipe que são gerentes menosprezaram abertamente as práticas religiosas de outras pessoas, normalmente em um fórum aberto para todos verem e ouvirem.

Qual é a melhor maneira de lidar com essa situação?

RESPOSTA:

Esse tipo de comportamento é claramente assédio e não deve ser tolerado. O RH deve ser aconselhado e ter um papel ativo para a abordagem desse assunto, a fim de garantir que isso não ocorra novamente. Os líderes em questão devem manter o mesmo padrão de todos os funcionários, e essa situação exige ação e disciplina corretivas. Todo funcionário tem direito a ser tratado com dignidade e respeito.

3 Promovendo um Local de Trabalho Seguro e Saudável

Fazendo o que é certo

Temos o compromisso de manter um local de trabalho seguro e saudável para nossos colegas, parceiros de negócios e visitantes, bem como para as pessoas das comunidades e países em que operamos.



O que isso significa

Promovemos uma cultura ativa de saúde e segurança:

- Sempre aderindo às leis locais ou do país
- Fazer escolhas responsáveis e não se envolver ou solicitar atos desnecessários ou inseguros no trabalho
- Conhecer e cumprir as leis de saúde e segurança ocupacionais aplicáveis e as políticas relacionadas da empresa
- Cuidar uns dos outros e ajudar os demais a evitar condições ou comportamentos inseguros
- Relatar rapidamente quaisquer condições ou comportamentos insalubres ou inseguros, especialmente riscos no local de trabalho, equipamentos quebrados ou ausentes, ferimentos ou comportamentos ameaçadores ou violentos
- Saber o que fazer em caso de emergência e cooperar durante exercícios de emergência; e
- Nunca trazer drogas ilegais ou outras substâncias controladas para a propriedade da empresa ou estar sob sua influência enquanto estiver no trabalho

Por que isso é importante

Todos nós compartilhamos a responsabilidade de tornar a saúde e a segurança uma prioridade cotidiana. Cada um de nós é responsável por observar as regras e práticas de saúde e segurança que se aplicam ao nosso trabalho e tomar as precauções necessárias para proteger a nós mesmos, nossos colegas e visitantes. Nossa saúde e segurança exigem que cada um de nós se reporte ao trabalho livre de qualquer substância, incluindo álcool e drogas, que possa nos impedir de fazer nosso trabalho corretamente ou que possa criar uma situação perigosa.

O que você faria?

CENÁRIO:

Enquanto viajava em um veículo da USAID entre locais nas zonas rurais de Honduras, Constance percebeu o que parecia ser algum tipo de vazamento vindo do fundo do carro. O odor do gás era predominante, mas ela não disse nada, pois não sabia o que estava causando o problema.

O que ela poderia ter feito de diferente?

RESPOSTA:

A Constance deveria ter manifestado suas preocupações, pois poderia haver um risco à segurança que poderia ter ferido gravemente muitas pessoas. Melhor prevenir do que remediar.

4 Protegendo Informações Pessoais

Fazendo o que é certo

Protegemos a privacidade e a confidencialidade de nossos colegas, parceiros e clientes. Informações pessoais, médicas, familiares e financeiras não são divulgadas a ninguém, interna ou externamente, exceto quando há uma necessidade comercial dessas informações e somos legalmente autorizados ou obrigados a divulgá-las.

O que isso significa

Ajudamos a proteger as informações pessoais de nossos colegas, parceiros e clientes das seguintes maneiras:

- Seguir todas as leis de privacidade aplicáveis e políticas de privacidade da empresa
- Coletar, usar e processar dados pessoais apenas para fins comerciais legítimos
- Proteger a privacidade e a segurança das informações que nos são confiadas
- Nunca compartilhe informações pessoais com ninguém, dentro ou fora da Creative, que não tenha uma empresa, precisa conhecê-la

Por que isso é importante

Para conduzir nossos negócios, cumprir os requisitos legais e administrar benefícios, é necessário que a Creative colete, armazene, use e compartilhe as informações pessoais dos colegas. Todas as informações sobre candidatos a emprego e o histórico de emprego ou emprego de quaisquer colegas atuais ou antigos são confidenciais, e usamos essas informações apenas para fins comerciais relevantes e apropriados.

“Com todas as escolhas que fazemos na Creative, é importante tomar decisões de negócios baseadas em um bom julgamento de acordo com nossos valores de longa data.”

O que você faria?

CENÁRIO:

Ali é um profissional de RH que apoia vários projetos na América do Sul. Como parte de suas responsabilidades profissionais, ele tem acesso a uma ampla variedade de dados pessoais dos funcionários e leva a privacidade das informações muito a sério. Recentemente, um colega de trabalho estava ajudando o em um projeto e usando alguns desses dados. Logo depois, vários funcionários reclamaram que estavam recebendo pedidos e telefonemas de produtos e serviços fora da empresa.

Poderia haver uma conexão aqui, e o que Ali deveria fazer?

RESPOSTA:

Embora isso possa ser apenas uma coincidência, merece uma investigação mais aprofundada. Ali deve suscitar a preocupação por meio dos mecanismos de relatórios da Creative, pois pode ter ocorrido uma violação de dados. O assunto pode ser investigado e julgado adequadamente.

5 Usando mídias sociais com responsabilidade

Fazendo o que é certo

Compartilhamos a identidade como funcionários da Creative, mas também somos indivíduos com pensamentos, opiniões e interesses próprios.

O que isso significa

Devemos nos envolver com a mídia social de forma responsável, de acordo com as seguintes regras:

- Cumpra nossa política de mídia social
- Distinguir claramente entre comunicações comerciais autorizadas e comunicações pessoais nas mídias sociais
- Respeitar os valores da Creative em todas as comunicações comerciais autorizadas nas mídias sociais
- Garantir que nosso tempo e esforço gastos nas mídias sociais não interfiram em nossos compromissos profissionais
- Nunca divulgue nossas informações confidenciais, proprietárias ou privilegiadas nas mídias sociais
- Somente pessoal autorizado pode falar em nome da empresa nas mídias sociais
- Evite postar informações que possam ser consideradas contrárias aos valores do criativo, discriminatórias, assediadoras ou obscenas, porque somos responsáveis pelo que publicamos online

Por que isso é importante

O que nós dizemos em e-mail, blog, postagens ou tweets pode atingir milhões de pessoas em segundos. Tudo o que dizemos e fazemos afeta nossa reputação, e esse poder traz responsabilidades adicionais. Mesmo ao encontrar novas formas de se comunicar com os outros, reconhecemos a crescente importância das mídias sociais e pensamos que pode ser um ótimo veículo para comunicar nossa paixão e conhecimento. Fora do trabalho, muitos de nós utilizam blogs, contribuem para quadros de mensagens e postam nas redes de mídia social. Nessas atividades pessoais, todos temos a responsabilidade de não divulgar informações confidenciais e proprietárias da empresa sem autorização.

O que você faria?

CENÁRIO:

Misha recebeu recentemente seu mestrado em relações internacionais e estava animada por ingressar na Creative como uma nova associada na divisão de Comunidades em Transição. Logo após o início, teve a oportunidade de participar de um evento patrocinado pela empresa, em que conheceu alguns de seus novos colegas e fez contatos adicionais na comunidade de desenvolvimento. Nesse evento, ela tirou muitas fotos e vídeos e os postou nas mídias sociais mais tarde naquela noite para compartilhar com os seus amigos.

A postagem de Misha viola a política de mídia social da Creative?

RESPOSTA:

Possivelmente. Embora não houvesse intenção de sua parte, Misha poderia ter ultrapassado o limite entre comunicação pessoal e o que poderia ser interpretado como comunicação comercial. Somente pessoal autorizado pode falar ou se comunicar oficialmente em nome da empresa nas mídias sociais.

6 Evitando Conflitos de Interesse

Fazendo o que é certo

Na Creative, prosperamos juntos. Tomamos decisões e agimos no melhor interesse da Creative, e não em benefício pessoal.

O que isso significa

Com todas as escolhas que fazemos na Creative, é importante tomar decisões de negócios baseadas em um bom julgamento consistente com nossos valores de sempre.

Por que isso é importante

Conflitos de interesse podem ser evitados ou solucionados se forem imediatamente divulgados e gerenciados adequadamente. Se você estiver em uma situação em que possa haver um conflito de interesses real ou aparente, você deve:

- Cumprir nossa política de conflito de interesses
- Divulgue sua situação ao seu gerente, Departamento Jurídico ou Departamento de Ética e Conformidade
- Retire-se do processo de tomada de decisões sobre como resolver a situação
- Apoie a decisão subsequente



O que você faria?

CENÁRIO:

Como recrutadora que apoia novas atividades comerciais, Ariana está sempre sob pressão para contratar os melhores talentos. Durante uma recente proposta, ela indicou seu cunhado para uma posição-chave, embora não tivesse voz na seleção final.

Isso apresenta um problema ou conflito de interesses?

RESPOSTA:

Sim, isso certamente poderia ser percebido como um conflito por causa do relacionamento pessoal com o cunhado. Embora ele possa ser um candidato viável, a indicação de sua candidatura por Ariana também pode estar excluindo alguém melhor qualificado. Este conflito deve ser divulgado antes da recomendação.

A Cortesias de negócios, Presentes e Ingressos para Espetáculos

Quando competimos no mercado global, fazemos isso com base na qualidade e preço de nossos serviços. Não buscamos conseguir nenhuma vantagem ou influência através do uso de cortesias comerciais, presentes ou ofertas de entretenimento. Qualquer presente que crie um senso de obrigação ou comprometa seu julgamento profissional será sempre inadequado. Sempre evitar cortesias comerciais, presentes ou ingressos para espetáculos que possam suscitar dúvidas sobre conflitos de interesse para você ou para a Creative ou prejudicar sua reputação se eles se tornarem conhecidos publicamente.

Normalmente, não oferecemos ou aceitamos cortesias comerciais, presentes ou entretenimento para ou de empresas ou indivíduos que atualmente conduzem ou buscam realizar negócios com a Creative.

Presentes ou Ingressos para Espetáculos dados ou recebidos devem:

- Ser nominal em valor
- Não ser requisitado ou pedido
- Seja pouco frequente
- Satisfazer uma finalidade comercial razoável
- Não dever ser em dinheiro ou equivalente
- Ser registrado com precisão
- Ser permitido por lei e pelas políticas do doador e do receptor

Presentes ou Ingressos para Espetáculos nunca devem ser entregues a um funcionário do governo sem a aprovação prévia do Departamento Jurídico.

O que você faria?

CENÁRIO:

Artie trabalha em Compras na Creative HQ. Ele costuma lidar com diversos fornecedores, muitos dos quais mantêm um relacionamento de longa data com a empresa. De tempos em tempos, ele recebe pequenos sinais de agradecimento, como almoços e vale-presente, e sempre os rejeita educadamente. Há pouco tempo, ele teve a oportunidade de ver sua banda favorita com ingressos na terceira fila. Ele estava disposto a pagar o fornecedor pelos ingressos.

Isso seria permitido?

RESPOSTA:

Não, só porque o Artie está disposto a pagar pelos ingressos não torna isso permitido. Um favor desse valor pode criar um senso de obrigação de oferecer ao fornecedor mais negócios, o que criaria um mau precedente.

“*Na Creative, incentivamos nossos funcionários a levar uma vida plena e produtiva fora do trabalho.*”

B Emprego Externo e Atividades Relacionadas

Cada um de nós se esforça ao máximo todos os dias na Creative, não permitindo que trabalhos externo ou outras atividades atrapalhem ou contribuam para a Creative.

Na Creative, incentivamos nossos funcionários a levar uma vida plena e produtiva fora do trabalho. Atividades externas - como negócios próprios, um segundo emprego, serviço de diretoria e trabalho comunitário - são aceitáveis, desde que essas atividades não:



- Interfiram com suas responsabilidades profissionais ou desempenho contínuo
- Envolvam o trabalho para um concorrente ou fornecedor
- Tenham o risco de danificar os negócios ou a reputação da empresa
- Violam a lei local do país ou o contrato de trabalho aplicável, que pode restringir outros empregos
- Usar os recursos da empresa ou criar qualquer outro tipo de conflito de interesses

O que você faria?

CENÁRIO:

Jasmilla lidera uma equipe altamente produtiva que apoia iniciativas lideradas pela comunidade na África. Com uma longa trajetória de casos semelhantes, ela é muito procurada por sua experiência no assunto. Isso geralmente leva a oportunidades de networking com colegas profissionais que procuram aprender e compartilhar as melhores práticas. Às vezes, é apresentada uma oferta para ela consultar essas empresas e ser compensada de acordo.

Isso apresenta um problema ou conflito de interesses?

RESPOSTA:

Poderia apresentar um conflito se a empresa ou organização que fizer a oferta for um concorrente direto ou se interferir nas responsabilidades atuais do trabalho da Jasmilla. Mesmo que essas condições não se apliquem, é sempre uma ótima ideia consultar o Departamento Jurídico ou de Ética e Conformidade. Lembre-se, é importante evitar até a percepção de um conflito.

O jeito Creative de ser *para...*





Nossos Clientes e Consumidores

O provérbio africano "Se você quiser ir rápido, vá sozinho; se quiser ir longe, vá acompanhado" fala de uma das principais crenças da Creative de que as parcerias produzem melhores resultados em longo prazo para as comunidades. Com um forte foco em nossos clientes e clientes, a Creative faz parceria com organizações da sociedade civil, doadores multilaterais, governos nacionais, setor privado e outros para melhorar a educação, estabilizar bairros e aumentar a resiliência da comunidade. As parcerias são um dos segredos do sucesso da Creative.

1 Criando e Mantendo Registros e Contas Precisas

Fazendo o que é certo

Mantemos registros completos e precisos para que possamos tomar decisões comerciais responsáveis e fornecer informações verdadeiras e oportunas aos nossos clientes.

O que isso significa

Todos nós, não apenas aqueles que trabalham em funções financeiras e contábeis, temos a responsabilidade de garantir a integridade, precisão e eficácia de nossa manutenção de registros das seguintes maneiras:

- Registrar seu tempo com precisão e pontualidade
- Garantir que os registros e as contas estejam em conformidade com os princípios contábeis geralmente aceitos e com nossas políticas e controles internos
- Registrar todos os ativos, passivos, receitas, despesas e transações comerciais de maneira completa, precisa, no período adequado e em tempo hábil
- Nunca configure ou mantenha, para qualquer finalidade, fundos de caixa, outros ativos ou passivos secretos ou não registrados

Por que isso é importante

Registros comerciais e financeiros são essenciais para nossas operações comerciais. Contamos com a integridade e a precisão desses registros, tanto para a tomada de decisões internas quanto para o benefício de nossos clientes, agências governamentais e órgãos reguladores.



O que você faria?

CENÁRIO:

Angela é especialista em compras em um projeto da USAID implementado pela Creative no Laos. Durante a revisão mensal dos documentos de suporte de campo, o associado de contabilidade de campo da sede principal percebe que, embora a Angela tenha assinado sua folha de horários, a mesma não foi aprovada por seu supervisor.

Isso é um problema? Se sim, como poderia ter sido evitado?

RESPOSTA:

Sim, de acordo com a política da Creative e os regulamentos do governo dos EUA, é necessária a aprovação do supervisor em todas as folhas de ponto (horário). O Crative é auditado periodicamente e uma folha de ponto (horários) não aprovada certamente seria questionada e provavelmente não permitida por um auditor. Isso deveria ter sido corrigido no campo antes do processamento da folha de pagamento, pois apenas as folhas de horário aprovadas e assinadas devem ser considerados para pagamento. Os controles internos do projeto devem ser revistos e fortalecidos para evitar esse tipo de supervisão.

2 Salvaguardando a reputação da empresa e outros ativos

Fazendo o que é certo

Protegemos a reputação da Creative e outros ativos tangíveis e intangíveis para que possamos servir e preservar melhor o valor para nossos clientes e outras partes interessadas.



O que isso significa

Somos bons administradores dos recursos da Creative, realizando as seguintes ações:

- Proteger os dados contra modificação, duplicação, destruição ou divulgação não autorizada de acesso, acidental ou intencional
- Tomar cuidado razoável para evitar perdas, danos, destruição, roubo, uso não autorizado ou inadequado ou desperdício de ativos da empresa
- Proteger, garantir, reter e destruir as informações da Creative de acordo com os requisitos corporativos ou locais da empresa
- Proteger as informações da empresa, informações não públicas e publicamente disponíveis, para as quais a Creative possui direitos de propriedade intelectual
- Usando ou autorizando o uso de qualquer ativo da Creative apenas para fins comerciais, independentemente da condição ou valor

Por que isso é importante

Os ativos da Creative e de nossos clientes e clientes são fundamentais para o sucesso de longo prazo da empresa. Todos compartilhamos a responsabilidade de ser bons administradores desses ativos, tomando cuidado para evitar perdas, danos, desperdícios e uso inadequado.

O que você faria?

CENÁRIO:

Benita e Donte trabalham em Desenvolvimento de Negócios como gerentes de propostas. Há pouco tempo, eles participaram de um evento da indústria que também foi amplamente frequentado por outras empresas da comunidade de desenvolvimento. Durante uma discussão casual em um dos intervalos do evento, o tópico se voltou para novas atividades comerciais, com muitos colegas compartilhando suas perspectivas sobre as empresas que estavam perseguindo e suas estratégias correspondentes. Benita e Donte ficaram desconfortáveis com a conversa e não contribuíram.

As preocupações de Benita e Donte têm fundamento?

RESPOSTA:

Sim, o que pode parecer uma conversa inofensiva pode realmente representar um risco para a empresa se informações proprietárias ou propriedade intelectual da Creative forem compartilhadas incorretamente. Benita e Donte tiveram razão em não compartilhar nenhuma informação proprietária da empresa em potencial e proteger esses dados.

3 Respondendo a perguntas do governo dos EUA, governos estrangeiros e a mídia

Fazendo o que é certo

Na Creative, falamos a uma só voz quando nos comunicamos com a mídia, partes interessadas externas, clientes e o público em geral.

O que isso significa

Se você receber uma pergunta de fora da empresa e não estiver autorizado a responder, deverá:

- Seja amigável e cortês
- Não fale nem compartilhe informações sobre a Creative
- Se contatado por um investigador do governo, encaminhe a consulta ao Departamento Jurídico e de Segurança
- Se for contatado pela mídia, encaminhe a consulta para Comunicação corporativa

Por que isso é importante

Nossos clientes, partes interessadas e funcionários merecem comunicações precisas, claras, completas e consistentes sobre a Creative. Para garantir o cumprimento da lei e proteger nossos interesses, apenas funcionários treinados e autorizados a fazê-lo devem representar a Creative ao público ou à mídia.

“*Como funcionários, temos uma responsabilidade compartilhada - individual e coletivamente - pela forma como a Creative conduz os negócios e pelo impacto que temos no mundo.*”

O que você faria?

CENÁRIO:

Salem é vice-chefe de coordenado de projeto que apoia um projeto de resiliência da comunidade, família e juventude no Leste e Sul do Caribe. Ele foi recentemente procurado por um auditor da USAID, perguntando sobre algumas faturas pendentes. Reconhecendo o cliente, ele disse educadamente que não podia entregar as informações solicitadas imediatamente, mas precisava falar com seu supervisor e outros representantes da empresa.

Essa foi a melhor maneira de resolver essa situação?

RESPOSTA:

O Salem atuou corretamente nesse caso. O auditor deveria ter solicitado as informações por escrito ou através dos canais oficiais. Ele foi cortês com o cliente, mas não divulgou nenhuma informação antes de obter mais orientações e permissões. Apenas funcionários treinados e autorizados podem falar em nome da empresa.



O jeito Creative de ser *para...*





Nosso mercado global

Nossas idéias focadas no cliente alimentam nossas inovações e nossa busca para expandir nosso alcance global. Ao olhar além do horizonte, podemos atender às necessidades em crescimento de mais maneiras e mais lugares, abraçando nosso futuro verdadeiramente global. A Creative fornece excelentes serviços de desenvolvimento no local e cria parcerias para oferecer soluções sustentáveis para os desafios globais. Nossos especialistas se concentram na construção de sistemas educacionais inclusivos, na transição de comunidades do conflito para a paz, no desenvolvimento de um crescimento econômico sustentável, no envolvimento dos jovens, na promoção de eleições transparentes e muito mais. A Creative é reconhecida por sua capacidade de se adaptar e se destacar rapidamente em ambientes de conflito e pós-conflito, oferecendo um alto nível de serviço, teorias inovadoras de mudança e sólida avaliação de projeto.

1 Conduzindo Negócios Globalmente

Fazendo o que é certo

Como empresa global que faz negócios em todo o mundo, a Creative está comprometida em cumprir as leis aplicáveis que regem a concorrência e o comércio internacional.

O que isso significa

Se você estiver envolvido com venda, marketing, distribuição ou transporte de serviços ou na transferência de tecnologia através das fronteiras internacionais, deverá:

- Familiarize-se e cumpra todas as leis e políticas da empresa aplicáveis em relação às restrições de comércio internacional
- Evite qualquer comportamento anticompetitivo, como fixação de preços e manipulação de ofertas, ao interagir com outros concorrentes
- Notifique o Departamento Jurídico se você receber algum pedido de clientes, fornecedores ou outros para participar de um boicote a indivíduos, empresas ou países
- Procure orientação do Departamento Jurídico se tiver alguma dúvida sobre um problema relacionado ao comércio ou à exportação

Por que isso é importante

A Creative faz negócios em vários países do mundo e está sujeita a diversas leis comerciais anticoncorrenciais e internacionais. Devemos estar registrados para realizar negócios nesses países e nosso trabalho é regido por essas leis. As multas por violações podem ser severas, incluindo multas, revogação de licenças ou inclusive prisão.

O que você faria?

CENÁRIO:

Robert é um diretor de desenvolvimento de negócios que está desenvolvendo oportunidades em mercados emergentes. Recentemente, ele trouxe dois consultores para as instalações da sede em apoio a uma nova inicialização do projeto. Nenhum dos consultores era cidadão dos EUA, o que não seria estranho.

Existem etapas ou precauções que Robert deve tomar para garantir que as discussões com os dois consultores sejam realizadas adequadamente?

RESPOSTA:

Sim, devem ser tomadas precauções extras para evitar a transferência de qualquer informação, tecnologia ou outro produto sem permissão, dependendo do que for discutido. A consulta a cidadãos de fora dos EUA nesse contexto pode ser considerada uma violação do controle de exportação e sujeitar a Creative a multas e penalidades significativas.

2 prevenção de suborno e corrupção

Fazendo o que é certo

Na Creative, baseamos nossos relacionamentos comerciais em confiança, transparência e responsabilidade. Nunca oferecemos ou aceitamos qualquer forma de pagamento ou incentivo que pretenda influenciar indevidamente uma decisão de negócios.



What This Means

Evitamos suborno e corrupção ao:

- Nunca oferecer, prometer ou dar algo de valor a um funcionário do governo ou a qualquer outra pessoa, visando obter uma vantagem comercial
- Nunca oferecer ou aceitar subornos ou propinas
- Registrar todos os pagamentos e recebimentos de forma completa e precisa
- Nunca usar um agente ou terceiros para fazer pagamentos indevidos que não podemos fazer
- Evitar pagamentos de facilitação ou “lubrificação”, que geralmente são proibidos, mesmo que sejam legais sob as leis locais
- Seguir as políticas da Creative relacionadas à anticorrupção, oferecendo e recebendo presentes e entretenimento

Por que isso é importante

Corrupção é o abuso do poder confiado para ganho pessoal. Um suborno ocorre quando alguém dá ou promete a outra pessoa algo de valor para obter tratamento favorável. As propinas envolvem dar ou receber pagamentos pessoais como recompensa pela adjudicação de um contrato ou outro resultado favorável ou transação de negócios. Subornos e propinas de qualquer tipo são antiéticos, violam nosso Código e são ilegais.

Os governos estão tomando medidas para combater a corrupção e vários dos países em que trabalhamos contam com leis específicas e rigorosas contra isso. Não toleramos práticas corruptas em nossos negócios em nenhum lugar do mundo.

O que você faria?

CENÁRIO:

A Creative ganhou um novo projeto na América Central. A equipe de start-up e a COP estão enfrentando problemas com o registro que estão atrasando a implementação do projeto, e a USAID está preocupada com o atraso. Após uma reunião com o governo, um funcionário local informa à equipe da Creative que, por uma taxa única, pode acelerar o registro, o que permitirá que o projeto volte aos eixos e resolva as preocupações da USAID.

Podemos fazer este pagamento?

RESPOSTA:

Embora esse tipo de pagamento de facilitação ou “propina” seja muito comum e até legal em muitos países, ele é considerado suborno e viola os regulamentos do governo criativo e dos EUA, incluindo a Lei de práticas de corrupção no exterior. Efetuar esse tipo de pagamento é uma infração muito grave e pode comprometer a capacidade da Creative de continuar recebendo contratos federais. Nenhum funcionário pode concordar em realizar esse pagamento para qualquer projeto e, se for pedido a fazê-lo, deve informá-lo ao Departamento Jurídico ou à linha direta de relatórios da Creative.

3 Tráfico de Seres Humanos

Fazendo o que é certo

Na Creative, nosso primeiro valor é o respeito de um pelo outro. De acordo com esse valor, adotamos uma posição firme contra o tráfico de seres humanos, de qualquer forma ou maneira. Qualquer informação sobre tráfico de seres humanos deve ser imediatamente relatada a qualquer um dos canais de denúncia da empresa.

O que isso significa

O tráfico de seres humanos é uma forma de escravidão moderna em que os traficantes usam força, fraude ou coerção para controlar as vítimas com o objetivo de praticar atos sexuais comerciais ou serviços de trabalho contra sua vontade.

Por que isso é importante

A abordagem da Creative com o tráfico de seres humanos consta de três elementos principais: proibições, prevenção e resposta, caso se verifique que o tráfico ocorreu.

Proibição:

A Creative proíbe estritamente e tem tolerância zero para as seguintes ações relacionadas ao tráfico de seres humanos:

- Envolver-se em qualquer maneira no tráfico de pessoas
- Adquirir atos sexuais comerciais
- Usar trabalho forçado
- Destruir, ocultar, confiscar ou negar o acesso de um funcionário à identidade ou documentos de imigração do funcionário
- Usando práticas enganosas ou fraudulentas durante a contratação de funcionários ou a oferta de emprego
- Utilizar recrutadores que não cumpram a legislação trabalhista local
- Cobrar taxas de recrutamento dos funcionários
- Deixar de proporcionar transporte de retorno ao final do emprego

Prevenção:

O criativo toma todas as ações necessárias e adequadas para impedir o tráfico de seres humanos. Estabelecemos políticas e procedimentos e demonstramos o compromisso da empresa com o combate ao tráfico, fornecendo programas de treinamento, conscientizando e promovendo uma cultura de combate ao tráfico entre os contratados ou contratados pela Creative.

Resposta:

A resposta da Creative a quaisquer relatórios ou alegações de tráfico de seres humanos inclui uma investigação abrangente e qualquer ação corretiva apropriada e relatórios às autoridades governamentais relevantes.

O que você faria?

CENÁRIO:

Bob is an expat posted on a project in El Salvador. He attends a project-funded staff appreciation dinner with a local sex worker as his guest, which makes the other staff very uncomfortable.

Eles têm a obrigação de relatar isso ao escritório em casa?

RESPOSTA:

Sim, esse é um problema significativo com muitos problemas de conformidade, principalmente pois envolve um evento financiado pelo projeto. Isso deve ser informado imediatamente.

4 Proteção à Criança e Exploração Sexual

Fazendo o que é certo

Dada a presença global de nosso trabalho na Creative e os diversos projetos que trabalham diretamente e ajudam crianças e outros indivíduos vulneráveis, todos devem se sentir seguros e protegidos.

O que isso significa

A Creative proíbe todo o pessoal e consultores de se envolver em abuso, exploração ou negligência infantil e está comprometida com o seguinte:

- O bem-estar de crianças, jovens e adultos vulneráveis é fundamental
- Eles devem ser protegidos e seu bem-estar salvaguardado em atividades nas quais o Criativo está envolvido - independentemente de idade, cultura, habilidade, gênero, idioma, origem racial, crença religiosa e / ou identidade sexual
- Tomar todas as medidas razoáveis para protegê-los de danos, discriminação e tratamento degradante e respeitar seus direitos, vontades e sentimentos
- Todas as suspeitas ou alegações razoáveis de mau tratamento ou abuso serão levadas a sério e respondidas de forma rápida e adequada

Por que isso é importante

O abuso infantil é qualquer forma de maus-tratos físicos, emocionais ou sexuais ou a falta de cuidados que leve a ferimentos ou danos à criança.

Geralmente ocorre em um relacionamento de confiança ou responsabilidade e é um abuso de poder ou uma quebra de confiança. O abuso pode ocorrer em uma pessoa, independentemente de sua idade, sexo, raça ou habilidade. A exploração sexual é o abuso sexual de crianças, jovens e adultos vulneráveis por meio da troca de sexo ou atos sexuais por drogas, comida, abrigo, proteção, dinheiro ou outras necessidades de vida. É um crime oculto, e as vítimas geralmente confiam no agressor e não entendem que estão sendo abusadas. Os agressores exercem poder e controle sobre as vítimas usando sua força física, recursos econômicos ou outros, ou aparente superioridade em virtude da idade, sexo ou intelecto.

O que você faria?

CENÁRIO:

Santiago frequenta um centro comunitário administrado pela Creative depois das aulas nos últimos três anos. O centro está localizado em um bairro dominado por gangues em San Salvador, onde a violência é comum. O centro oferece um refúgio seguro para crianças de todas as idades. Nas últimas semanas, ele frequentou o centro esporadicamente e, quando está lá, não parece estar tão comprometido ou feliz como de costume.

Como conselheira de longa data no centro, Maria está preocupada e teme que algo possa estar ocorrendo na casa do Santiago. O que ela deveria fazer?

RESPOSTA:

Maria tem a obrigação de apresentar esse problema e tentar verificar se Santiago está em perigo, a fim de garantir que ele esteja seguro e protegido.

5 Prevenção de Desperdício, Fraude e Abuso

Fazendo o que é certo

Como prestadora de serviços para governo federal, é imprescindível que a Creative seja uma boa administradora do financiamento do governo na execução de nossos projetos e programas em todo o mundo.



O que isso significa

O desperdício, a fraude e o abuso assumem várias formas, incluindo crimes financeiros e não financeiros, como fraude em compras, nepotismo, suborno, peculato, roubo ou substituição de produtos. Essa corrupção na assistência humanitária pode ser especialmente flagrante quando desvia recursos das populações mais vulneráveis. É particularmente importante manter-se vigilante em áreas onde são adotadas medidas de segurança para proteger a equipe e os procedimentos normais são contornados devido às demandas imediatas de uma crise.

Por que isso é importante

A Creative leva muito a sério seu papel responsável de prestadora de serviços do governo. Quando confiamos essa responsabilidade, podemos melhorar a eficiência e a qualidade de nossos programas, mantendo-nos vigilantes contra fraudes e trabalhando para eliminar a corrupção, o desperdício e o abuso de nosso trabalho humanitário.

O que você faria?

CENÁRIO:

A Naseer é responsável pela verificação e contratação de terceirizados em apoio a um programa de resiliência da comunidade, família e juventude implementado pela Creative em Santa Lúcia. O programa centra-se no desenvolvimento positivo da juventude por meio de atividades comunitárias, esportes, artes e iniciativas de prontidão da força de trabalho que buscam desenvolver habilidades sociais e de liderança. Artigos esportivos, suprimentos e outros materiais educacionais foram encomendados a diversos fornecedores, mas, após a entrega, Naseer percebeu que a qualidade de um dos fornecedores estava muito abaixo do especificado.

O que Naseer deveria fazer?

RESPOSTA:

É possível tenha sido um erro, mas Naseer precisa determinar o que realmente aconteceu. Isso poderia justificar uma investigação externa e, se for determinado que os subcontratados fizeram isso com intenção intencional, poderia constituir fraude.

6 Concorrência leal

Fazendo o que é certo

Na Creative, buscamos superar nossos concorrentes de maneira justa e honesta, obtendo vantagem competitiva por meio de desempenho superior e nunca usando práticas comerciais antiéticas ou ilegais.

O que isso significa

Concorrer de maneira justa, mas vigorosa, nunca use enganos ou declarações falsas e nunca abuse de informações confidenciais para obter uma vantagem desleal sobre nossos concorrentes.

- Tornar-se ciente das informações competitivas pode ser normal com base em sua função ou responsabilidade na empresa, mas certifique-se de tratar essas informações de forma ética e legal
- Ao conversar com clientes, entregue apenas informações verdadeiras sobre a qualidade, os recursos e a disponibilidade de nossos serviços e não faça comentários depreciativos sobre nossos concorrentes.
- Conduzir todas as relações com concorrentes, incluindo atividades sociais, como se fossem examinadas pelo governo ou por terceiros

Por que isso é importante

Competimos pelos negócios de forma agressiva, mas sempre honestamente. Acreditamos em concorrência livre e aberta, vigorosa e com princípios. Reconhecemos que as leis que regulam a concorrência e as práticas comerciais variam em todo o mundo, mas algumas atividades são sempre proibidas, como fixação de preços, concordar com um concorrente em alocar clientes ou territórios e fraudar as licitações. Cumprimos todas as leis, regras e regulamentos aplicáveis que regem a maneira como as empresas competem. Mesmo a aparência de acordos impróprios com concorrentes pode prejudicar nossa reputação e arriscar uma ação legal.

O que você faria?

CENÁRIO:

Stephen é o gerente de TI de um projeto em Uganda que procura terceirizar a manutenção para seus escritórios de campo. Ele trabalha para publicar uma solicitação de proposta de serviços de TI com a equipe de compras e uma empresa de propriedade de seu primo se candidata, juntamente com várias outras empresas pertencentes a minorias e pequenas empresas.

O que Stephen deveria fazer?

RESPOSTA:

Stephen deve divulgar imediatamente seu potencial conflito de interesses ao supervisor, que irá determinar o melhor curso de ação. Deve-se tomar muito cuidado para evitar a aparência de um conflito de interesses. Além disso, ele deve garantir que todas as empresas sejam consideradas de maneira justa e igualitária.

7 Fornecimento Responsável e Proteção dos Direitos Humanos

Fazendo o que é certo

Como cidadão corporativo global responsável, a Creative procura realizar negócios somente com parceiros de negócios que obedeçam à lei e ajam de maneira justa e ética sempre.

O que isso significa

Além de fazer a coisa certa, precisamos estar atentos e dar o exemplo certo em nossos negócios com outras empresas, países e indivíduos.

- Ao lidar com os fornecedores atuais ou em potencial, certifique-se se as práticas de negócios estão em conformidade com os valores e as políticas da Creative
- Informe ao Departamento Jurídico ou à linha direta de relatórios da Creative qualquer preocupação de que um parceiro comercial da Creative possa estar agindo de modo ilegal ou antieticamente

Por que isso é importante

- A Creative adota suas responsabilidades como cidadã corporativa global em um mundo cada vez mais interconectado e interdependente
- Acreditamos em agir com integridade e mostrar respeito, e esperamos o mesmo daqueles que querem realizar negócios conosco
- Esperamos que nossos parceiros de negócios ajam de forma ética e protejam os direitos dos trabalhadores, inclusive quando as leis e costumes locais permitirem práticas antiéticas
- Temos o compromisso de manter uma cadeia de abastecimento ética e transparente, livre de trabalho forçado, incluindo escravidão, tráfico de seres humanos e exploração sexual

“*Na Creative, adotamos nosso papel como*”

O que você faria?

CENÁRIO:

Ao realizar visitas ao local para possíveis locais de treinamento em Bangladesh, Jamal, o coordenador local de eventos, observa muitas crianças pequenas limpando as salas de reunião. O local oferece um ótimo preço, e o gerente mais tarde observa que é ótimo que todos os funcionários tragam seus filhos para o trabalho, pois isso permite que ofereça um preço atraente aos clientes em potencial.

Isso é um problema? Se sim, como Jamal deve agir?

RESPOSTA

Sim, o trabalho infantil é contra as políticas da Creative e isso pode ser considerado tráfico de seres humanos. Essa prática não é permitida, embora possa ser costumeira ou mesmo legal em um determinado país. O Jamal deve informar essa prática ao seu supervisor, que a encaminhará ao Departamento Jurídico para decidir se esse local pode ser usado.



O jeito Creative de ser *para...*





Nossas Comunidades

Na Creative, adotamos nosso papel como cidadão corporativo global responsável. Levamos muito a sério nossas responsabilidades ambientais e temos a honra de contribuir para as comunidades em que trabalhamos e vivemos. Buscamos oportunidades para criar um futuro melhor para nossos clientes, funcionários, comunidades e meio ambiente em todos os lugares onde realizamos negócios.

1 Protegendo o Meio ambiente

Fazendo o que é certo

We are committed to building a more sustainable society by striving to minimize our environmental footprint and developing solutions that conserve resources and protect our planet.

O que isso significa

Como apoiamos pessoas em todo o mundo, todos devemos contribuir para os esforços de gestão ambiental da Creative das seguintes maneiras:

- Comply with all applicable environmental laws and company policies
- Meet the requirements of all environmental permits
- Be vigilant to ensure we do not use more energy or water than necessary
- Ensure our supplier and business partners follow agreed-upon environmental standards
- Minimize waste and recycle or find appropriate alternate uses for waste materials
- Take personal actions such as turning off lights, using less paper, shutting off electronics and recycling – small actions can make a big difference

Por que isso é importante

A Creative está comprometida com a boa administração do meio ambiente desde nossa fundação, há mais de 40 anos. Atualmente, é amplamente aceito que a humanidade está usando os recursos naturais da Terra mais rapidamente do que eles podem se regenerar e que todos precisam participar da construção de uma sociedade mais ambientalmente sustentável.



O que você faria?

CENÁRIO:

Como ponto de apoio de um dos programas da Creative na Nigéria, Kadedhra visitou há pouco tempo a região para conhecer mais sobre os respectivos projetos e conhecer alguns de seus colegas no campo. Enquanto estava no país, ela foi informada de que vários fornecedores utilizados estavam contornando as regulamentações ambientais ao fornecer bens e serviços.

Que medidas Kadedhra pode tomar para ser responsável ambientalmente?

RESPOSTA:

A Creative se esforça para minimizar qualquer impacto negativo no meio ambiente de suas atividades e operações. Isso inclui a tomada de medidas específicas em projetos que envolvem construção e determinadas intervenções agrícolas. Como Kadedhra foi informada de fornecedores que contornam os regulamentos ambientais, ela tem a obrigação de informar o problema.

2 Contribuindo para Nossas Comunidades

Fazendo o que é certo

Temos o compromisso de apoiar as comunidades onde os nossos funcionários vivem e trabalham, enquanto exploramos modos de enfrentar desafios mais amplos em todo o mundo.



O que isso significa

Ha várias maneiras pelas quais podemos contribuir positivamente para nossas comunidades, como:

- Seguir os valores da Creative e manter os padrões deste Código para garantir que sempre conduzimos nossos negócios de forma ética e de acordo com a lei
- Garantir que atividades externas não interfiram no desempenho de nosso trabalho ou criem um conflito de interesses
- Verificar se as contribuições de caridade da empresa estão em conformidade com as leis aplicáveis

Por que isso é importante

Na Creative, temos uma longa trajetória de investimentos em nossas comunidades e acreditamos em retribuir significativamente.

O que você faria?

CENÁRIO:

Arturo trabalha na organização de Finanças e Contratos na sede da Creative. Ele é muito ativo em sua comunidade local e é voluntário de várias organizações que beneficiam famílias que se mudaram recentemente para os EUA de países da América Central.

Os interesses externos de Arturo apresentam um problema ou conflito?

RESPOSTA:

Não parece que seu interesse voluntário apresente algum problema ou conflito com as atividades da empresa. A Creative incentiva ativamente os funcionários a se envolverem em suas comunidades de acordo com os valores da empresa.



Integridade

Valores

Confiança

Trabalho em equipe

Comunidade

Customer Focus

Stability

Respect

Diversidade

Inclusão

Mudança positiva

PAZ.



Creative Associates International

5301 Wisconsin Avenue NW, Suite 700
Washington, DC 20015

+ 202.966.5804

www.CreativeAssociatesInternational.com