



**CÓDIGO INSTITUCIONAL
DE CONDUTA E ÉTICA**

SANTA CASA
SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

Acolher, respeitar, cuidar.

MENSAGEM DO PROVEDOR

A Santa Casa de São José dos Campos, ao longo de sua história, com mais de 126 anos de atuação, se transformou no maior equipamento de saúde da região do Vale do Paraíba, sempre zelando por sua imagem, pautada pela ética, por valores e normas que são responsáveis hoje por nossa reputação e reconhecimento.

É imprescindível que todos os colaboradores, profissionais e empresas que atuem junto à Santa Casa tenham plena ciência e pratiquem os preceitos estabelecidos nesse manual, desempenhando suas funções e conhecimentos alicerçados no respeito, na transparência e atrelado a nossa política de compliance.

A conduta de cada um de nós contribui para uma sólida e duradoura relação com as pessoas que assistimos e com todos os públicos com que nos relacionamos.

Ivã Molina

Provedor da Santa Casa de São José dos Campos

APRESENTAÇÃO

O Código de Ética da Santa Casa de São José dos Campos se aplica a todos os funcionários, terceirizados, direção, gerentes, mesa provedora e representa compromisso essencial junto ao nosso público de interesse.

Este manual reforça o nosso compromisso em manter um ambiente de trabalho saudável, pautado em um relacionamento ético entre as pessoas, fornecedores e todos os agentes correlacionados.

O objetivo principal desse manual de ações é fortalecer nossos princípios em relação às condutas e comportamentos em nossas interações e ações diárias. Não substitui as normas e políticas da organização e tampouco está acima das leis vigentes. Por ser um documento que visa estar sempre coerente com nossos valores e princípios em relação às diversas situações vivenciadas em nossos relacionamentos, serão feitas revisões e atualizações periódicas deste código.

MISSÃO

Prestar assistência à saúde da comunidade de forma igualitária, humanizada com excelência técnica e espírito inovador, incorporando ações sociais e educativas, garantindo a satisfação dos clientes e funcionários com respeito aos princípios éticos e à qualidade de vida.

VISÃO

Ser uma Instituição hospitalar de excelência no atendimento geral e de alta complexidade com sustentabilidade, promovendo o desenvolvimento do ensino e pesquisa.

VALORES

- Humanização;
- Respeito;
- Integralidade;
- Eficácia;
- Transparência;
- Integridade.

SUMÁRIO

1	Nossas condutas pessoais	6
1.1	Liderança	6
1.2	Discriminação e Preconceito	6
1.3	Assédio	7
1.4	Relacionamentos Pessoais	7
2	Nossas condutas no lugar de trabalho	7
2.1	Cuidados com a Marca “Santa Casa de São José dos Campos”	7
2.2	Cuidados com o Patrimônio e os Recursos Utilizados	7
2.3	Saúde, Segurança e Meio Ambiente	8
2.4	Segurança da Informação	8
2.5	Consumo de Substâncias Ilícitas	9
2.6	Comercialização	9
2.7	Atendimento ao Público	9
3	Nossas condutas nas relações comerciais	10
3.1	Conflitos de Interesse	10
3.2	Brindes e Favorecimentos	10
3.3	Fraude	11
4	Nossas condutas em relação a públicos de relacionamentos externos	11
4.1	Governo	11
4.2	Órgãos Públicos	11
4.3	Leis e Normas	11
4.4	Imprensa	12
4.5	Mídias Sociais	12
4.6	Palestras e Eventos	12
4.7	Parceiros Comerciais	12
4.8	Fornecedores de Serviços	12
4.9	Participação Política	12
4.10	Atividade Profissional	13
5	Gestão da ética	13
5.1	Dúvidas ou Dilemas Éticos	13
5.2	Notificações à Comissão de Acompanhamento	13
5.3	Comissão de Acompanhamento	13
6	Manual Identidade Organizacional	14
7	Referências	16

1 NOSSAS CONDUTAS PESSOAIS

Todos os envolvidos, independentemente do nível hierárquico, contribuímos para a manutenção de uma cultura de transparência e respeito, identificando oportunidades de crescimento frente aos erros cometidos. Cada um de nós deve assumir um compromisso pessoal com o cumprimento das normas, políticas e procedimento que asseguram a eficiência dos nossos valores.

Seja em atividades profissionais ou pessoais, devemos demonstrar atenção e cuidado pela Santa Casa. Nossa conduta enquanto representantes desta organização, em qualquer situação que nos identifique como tal (eventos, treinamentos, reuniões, condução de veículo da empresa, entre outros) deve ser adequada aos valores da instituição e às orientações descritas neste documento.

Devemos preservar a imagem positiva tanto pessoal quanto corporativa, por meio de nossos comentários ou atitudes – a organização fomenta um comportamento positivo, proativo, respeitoso e engajado.

1.1 Liderança

Como líderes (qualquer nível hierárquico) devemos ser um exemplo da conduta e do compromisso com as normas estabelecidas neste documento e mantermos atuação coerente com os nossos valores, além de sermos multiplicadores de uma cultura de integridade.

Nos relacionamentos estabelecidos, devemos promover o entendimento e engajamento das equipes, prevenir e orientar ao detectar dificuldade na aplicação das normas e identificar o não cumprimento, além de direcionar os problemas para a tomada de decisão necessária.

1.2 Discriminação e Preconceito

A organização não apoia nem pratica ações entendidas como discriminatórias em relação à raça, nacionalidade, gênero, classe social, credo, idade ou qualquer outro aspecto com este caráter. Valorizamos a confiança e o respeito mútuo nas relações a fim de garantir que todos sejam tratados com igual consideração.

Ao realizarmos processos de recrutamento, seleção e promoção, os candidatos devem ser avaliados unicamente por suas condições de atender e se adequar às competências previstas para o cargo.

Não podemos permitir nenhuma forma de trabalho infantil ou trabalho forçado.

1.3 Assédio

A organização não tolera nenhum tipo de assédio ou situação que caracterize afronta ou constrangimento de qualquer natureza nas ocasiões de trabalho ou convivência entre os envolvidos.

1.4 Relacionamentos Pessoais

Caso seja iniciado um relacionamento afetivo com um funcionário, devemos informar o líder imediato e o departamento de Recursos Humanos.

Para evitar favorecimento, conflito de interesses e situações de desconforto junto aos demais funcionários, fica definido que:

- Relacionamentos devem ocorrer fora da relação de liderança/subordinação direta entre os funcionários;
- Devem atuar em departamentos diferentes, respondendo a líderes diferentes.

Todos nós, funcionários, devemos nos relacionar dentro da organização com profissionalismo.

2 NOSSAS CONDUTAS NO LOCAL DE TRABALHO

2.1 Cuidados com a marca “Santa Casa São José dos Campos”

Devemos empregar a marca da Santa Casa de São José dos Campos somente com autorização prévia do setor de Marketing. Devemos comunicar ao setor de Marketing sempre que verificamos a utilização inadequada, pois assumimos a corresponsabilidade pela conservação da marca.

O direito de uso da marca é uma condição essencial e sua desobrigação é passível de diversas penalidades jurídicas.

2.2 Cuidados com o patrimônio e os recursos utilizados

Somos responsáveis por zelar e conservar as instalações, equipamentos, uniformes, softwares, bens e recursos da organização, bem como garantir o exclusivo uso para fins profissionais.

Zelar pela aparência pessoal e seguir as regras de vestuário que forem determinadas para a função.

2.3 Saúde, Segurança e Meio Ambiente

Zelo pela segurança, saúde e proteção dos funcionários no desempenho de suas atividades, dispondo dos recursos e condições necessários para melhoria contínua de processos e das instalações.

Devemos seguir as normas e procedimentos definidos pela legislação e pelas diretrizes da organização, relacionadas à segurança, higiene e limpeza. Somos responsáveis por assegurar o cumprimento das normas e regulamentos.

2.4 Segurança da Informação

A divulgação de quaisquer informações (documentos, imagens, softwares, etc.) é restrita e deverá estar relacionada à atividade profissional desempenhada.

Senhas são pessoais e intransferíveis, não devemos liberar o acesso aos sistemas da organização a pessoas não autorizadas.

Softwares protegidos por direitos autorais, desenvolvidos internamente e/ou contratos de licenciamento, não devem ser copiados, a menos que o detentor dos direitos autorais ou da licença dê, especificamente, permissão para tanto.

É proibida a instalação de softwares nos equipamentos da organização que não tenham sido autorizados pela Tecnologia da Informação.

As informações obtidas e utilizadas na organização, sejam elas de sua responsabilidade ou de terceiros, somente podem ser retiradas das dependências da organização, seja por qualquer meio, físico ou sistema eletrônico, após a prévia e expressa autorização por escrito de superior.

As informações geradas ou recebidas por cada um de nós durante a jornada de trabalho, inclusive aquelas provenientes da internet, deverão tratar de assuntos profissionais e ligados ao exercício de nossa função.

As mensagens enviadas pelo correio eletrônico (e-mail) da organização deverão utilizar forma correta de escrita das palavras, bem como o uso correto dos sinais de acentuação e dos sinais de pontuação e serem compatíveis com as nossas atividades profissionais.

Destacamos a existência de dados sigilosos de uma área ou equipe de trabalho, que não devemos compartilhar com outros funcionários da organização: relatórios financeiros, dados pessoais dos funcionários e pacientes, entre outros, são informações confidenciais.

É nossa responsabilidade manter o sigilo das informações restritas à nossa área, projeto ou equipe. Caso tenhamos acesso a informações privilegiadas – dados e documentos oficiais que impactam em processos e resultados da organização – devemos assumir a responsabilidade de garantir sua confidencialidade, proteção e cuidar para que não sejam acidentalmente ou intencionalmente divulgados.

Para todos nós, profissionais que atuamos na instituição, é dever manter sigilo sobre:

- Quaisquer informações relativas ao paciente;
- Quaisquer informações estratégicas da organização.

A quebra de sigilo será aceita somente nos casos previstos em lei.

2.5 Consumo de Substâncias Ilícitas

Não toleramos a ingestão ou comercialização de bebidas alcóolicas, drogas e outras mercadorias ilícitas dentro das dependências da organização.

O funcionário sob o efeito de qualquer substância já descrita, no exercício profissional compromete seu desempenho, coloca em risco a sua vida, a de colegas de trabalho e pacientes. Não devemos acessar as instalações da organização nestas condições.

2.6 Comercialização

Não é permitida a comercialização informal de produtos nas dependências da organização.

2.7 Atendimento ao Público

É nosso compromisso a oferta de uma assistência segura e com qualidade aos nossos clientes, por meio das melhores práticas e em conformidade com os padrões estabelecidos.

Com o objetivo de garantir a qualidade e a segurança na assistência aos clientes e zelar pela credibilidade e reputação da instituição, devemos:

- Tratar cada paciente com dignidade, respeito, dedicação e humanização, sem qualquer forma de preconceito ou discriminação, respeitando a sua individualidade.
- Identificar cada paciente por seu nome, nome social ou sobrenome; e não por códigos, números, nome de sua doença ou de forma genérica; nem de forma desrespeitosa ou preconceituosa.
- Preservar a privacidade, individualidade e integridade física, em qualquer

momento do atendimento.

- Manter a confidencialidade de suas informações, por um termo de confidencialidade, assinado por todo profissional que ingressa na instituição, e cujo descumprimento acarretará responsabilidade jurídica.
- Permitir a interrupção de tratamentos indesejados e/ou que visem apenas prolongar sua vida sem qualidade, tendo respeitados sempre seus valores, cultura e direitos individuais, estando devidamente esclarecidos os riscos inerentes.

3 NOSSAS CONDUTAS NAS RELAÇÕES COMERCIAIS

3.1 Conflitos de Interesse

Caracterizado por questões pessoais que influenciam relacionamentos e decisões profissionais ocasionando danos, prejuízos ou situações de imparcialidade que comprometem a organização ou as pessoas.

Caso tenhamos um relacionamento que possa ser considerado conflitante com as relações comerciais da instituição, ou ainda, se possuímos familiares diretos neste tipo de situação devemos comunicar, imediatamente, a liderança.

Situações que aparentam conflitos de interesse não mencionadas neste código devem ser informadas à liderança para o direcionamento adequado.

3.2 Brindes e Favorecimentos

Os brindes ocasionalmente oferecidos por terceiros diretamente aos funcionários (canetas, agendas ou outros itens) podem ser recebidos com autorização prévia da gerência executiva, desde que não impliquem em condições de favorecimento e tratativa especial.

A promoção ou participação de funcionários em eventos deve estar alinhada aos valores da instituição e deve ser autorizada pelo departamento de Recursos Humanos.

As instituições parceiras ou patrocinadoras devem ser empresas idôneas, assegurando que o apoio a conferências e eventos não afete a independência em qualquer tomada de decisão de negócios, e não sejam utilizados como um meio de influência inapropriada.

Em hipótese alguma devemos aceitar diretamente, sem a prévia autorização, a doação ou pagamento de qualquer evento ou atividade de entretenimento ou recreativo por parceiros ou patrocinadores.

É proibido qualquer tipo de doação ou pagamento, pelas instituições parceiras ou patrocinadoras, aos familiares dos funcionários participantes.

3.3 Fraude

Informações e relatórios produzidos e reportados no exercício profissional devem refletir a veracidade dos dados e não devemos manipular informações com a intenção de enganar ou confundir os interessados em obtê-las.

4 NOSSAS CONDUTAS EM RELAÇÃO A PÚBLICO DE RELACIONAMENTO EXTERNO

4.1 Governo

Somos livres para nos engajar em movimentos políticos e partidários desde que estes sejam sustentados por recursos próprios e não atrapalhem a atividade profissional. A organização não autoriza o uso de recursos e imagem para interesses de cunho político.

4.2 Órgãos Públicos

O relacionamento com agentes públicos seja no Executivo, Legislativo ou Judiciário, em qualquer nível (federal, estadual e municipal), será sempre pautado pelo tratamento cordial e ético, conduzindo as ações e relações de forma transparente, igualitária e colaborativa, não promovendo práticas que possam configurar violação às leis, normas ou regulamentos vigentes no país e/ou que possam contrariar os princípios deste Código e as boas práticas de governança da organização.

4.3 Leis e Normas

Atuamos em respeito às leis e às normas que regulamentam as diversas atividades da organização. Esse compromisso abrange o atendimento pleno aos princípios e às normas que orientam o exercício profissional de todas as categorias existentes na organização. Cabe a cada um de nós conhecer, acompanhar e zelar para que sejam cumpridas todas as leis e normas que cercam as atividades da organização e a sua atuação profissional específica.

Todos nós devemos estar comprometidos com leis e regulamentações referentes ao meio ambiente e padrões de qualidade, conforme resoluções, normativas e demais exigências legais.

4.4 Imprensa

Declarações oficiais em nome da Santa Casa à imprensa serão feitas exclusivamente por representantes autorizados pelo departamento de Marketing.

Todas as demandas de comunicação, informações e contatos deverão ser realizados somente com autorização prévia do setor de Marketing e nenhum funcionário está autorizado a conceder informações a imprensa.

4.5 Mídias Sociais

Mídias Sociais são meios populares e eficientes de comunicação. As informações nas mídias sociais repercutem de maneira muito rápida e, muitas vezes, de forma inesperada. Portanto, reforçamos que a imagem da Santa Casa é responsabilidade de todos nós e qualquer comentário ou imagem/fotografia relacionados à Instituição devem ser tratados de maneira criteriosa.

4.6 Palestras e Eventos

Caso o funcionário seja convidado e autorizado a participar de palestras e eventos em nome da Santa Casa, será necessária autorização prévia do gestor e da respectiva superintendência para expor qualquer informação ou case da Santa Casa de São José dos Campos, bem como o uso de sua marca.

4.7 Parceiros Comerciais

As transações comerciais devem refletir e observar os valores da organização e o descrito neste documento, com o intuito de estabelecer relacionamentos comerciais transparentes e íntegros.

4.8 Fornecedores de Serviços

Toda relação de negociação e prestação de serviços deve-se pautar em posturas éticas, idôneas e imparciais, considerando o melhor cenário para a organização. As relações contratuais com os fornecedores da organização também estão sujeitas às normas deste código.

4.9 Participação Política

A Santa Casa não influencia e nem interfere na opinião política das pessoas e também não realiza contribuições, doações ou apoio de qualquer natureza, incluindo lazer, transporte, locação, presentes e brindes a partidos, representantes ou militantes políticos ou para candidatos a cargos públicos.

Nós temos o direito de participar de atividades políticas em caráter estritamente pessoal e não como representantes da Santa Casa, as quais não devem conflitar com o horário de trabalho na instituição. Da mesma forma, é vedada a propaganda política de qualquer natureza nas dependências da Santa Casa.

4.10 Atividade Profissional

As questões de natureza ética nas atividades multiprofissionais, como médica, de enfermagem e questões relacionadas à pesquisa, serão analisadas pelas respectivas Comissões de Ética, seguindo as normas previstas pelos Conselhos de Classe.

5 GESTÃO DA ÉTICA

5.1 Dúvidas ou Dilemas Éticos

Em caso de dúvidas, devemos questionar nossos respectivos gestores ou o Departamento de Recursos Humanos sobre a aplicação do Código de Ética e Conduta.

5.2 Notificações à Comissão de Acompanhamento

Com base na resolução final, os fatos caracterizados como violação deste Código estão sujeitos a medidas disciplinares e legais aplicáveis. Será estabelecida uma Comissão de Acompanhamento que deverá manter absoluto sigilo em todas as etapas do processo e aplicará os critérios estabelecidos e divulgados internamente.

Canais de Notificação:

E-mail: codigoetica@santacasasjc.com.br

5.3 Comissão de Acompanhamento

A Comissão de Acompanhamento, estabelecida pela Administração, tem a responsabilidade de monitorar o cumprimento do Código de Ética, bem como avaliar os registros recebidos pelos Canais de Notificação, definir ações até a resolução final. Fica impedido de participar das apurações o funcionário da Comissão de Acompanhamento que, direta ou indiretamente, tenha participação no evento que originou a notificação ou que possua vínculo (parental ou hierárquico) com os envolvidos.

6. MANUAL DE IDENTIDADE ORGANIZACIONAL

O manual de identidade organizacional foi constituído com o objetivo de orientar nossas atitudes para fortalecer a nossa identidade empresarial. É um guia que deverá nortear e inspirar nossas ações no dia-a-dia.

Valores

Nossos valores nos unem com o objetivo de entregar a melhor experiência para os nossos clientes. É uma contribuição coletiva para o fortalecimento de nossa identidade institucional. Pratique nossos valores, cobre a sua prática.

Humanização

É resgatar o respeito a vida humana, levando em conta as circunstâncias sociais, sem distinção de idade, etnia e origem.

Respeito

É o que leva alguém a tratar as outras pessoas com atenção e consideração. É ouvir, considerar sentimentos, acolher a história e a opinião do outro sem julgamentos. É não humilhar e também não expressar qualquer opinião a respeito da decisão do outro. Respeito pelo próximo. Respeito por si mesmo. Responsabilidade por suas ações.

Integralidade

É buscar garantir ao indivíduo uma assistência à saúde que transcenda a prática curativa, contemplando o indivíduo em todos os níveis de atenção e considerando o sujeito inserido em um contexto social, familiar e cultural.

Eficácia

Permeia nossas vidas como uma lembrança constante de que não basta fazer o certo: é preciso atingir os resultados esperados.

Transparência

É uma forma de gestão e de relação entre as organizações, seus públicos de interesse e seu ambiente, pelo qual elas se esforçam para tornar visível e compreensível sua atividade e processos de tomada de decisões.

Integridade

Ser íntegro é um pré-requisito básico para conviver em sociedade, sendo a integridade uma característica fundamental para desenvolver uma carreira em qualquer segmento.

EXISTIMOS PARA ACOLHER, RESPEITAR E CUIDAR.

ACOLHER

Receber o cliente/paciente de maneira ética, humanizada e respeitosa, reconhecendo suas necessidades, respeitando suas características, oferecendo atenção, priorizando suas queixas e superando suas expectativas.

Como praticar?

- Viabilizar o acesso aos serviços;
- Comunicar de forma efetiva, não violenta e humanizada;
- Promover trabalho em equipe;
- Proporcionar um padrão adequado de atendimento;
- Ser honesto, íntegro e justo;
- Garantir um atendimento em tempo oportuno.

O que evitar?

- Falta de atenção;
- Falta de colaboração;
- Falta de cuidado com outro;
- Falta de habilidade e segurança para realização de procedimentos;
- Qualquer tipo de preconceito.

RESPEITAR

Considerar a individualidade do paciente/cliente envolvendo contexto físico, valores pessoais, emocionais e sociais, contribuindo para excelência do atendimento.

Como praticar?

- Honrar os pacientes com respeito e atenção;
- Manter uma conversa aberta com o paciente;
- Ouvir o usuário com privacidade e sigilo (escuta qualificada);
- Evitar exposição total do corpo na realização de procedimentos;
- Fechar portas, colocar biombo e solicitar saída de acompanhante para realização de procedimentos.

O que evitar?

- Se referir ao paciente por número ou apelido;
- Não pedir licença ao despir e tocar o corpo do paciente/cliente;
- Evitar dar opiniões pessoais que não lhe cabem;
- Não expor informações pessoais e registro do prontuário do paciente/cliente.

CUIDAR

Zelar pelo bem estar do paciente/cliente atendendo suas necessidades com qualidade e segurança.

Como praticar?

- Promover empatia com as demandas e solicitações do cliente;
- Ser instrumento facilitador, garantindo o cuidado continuado e centrado no cliente;
- Ter uma visão ampliada do cuidado;
- Promover comunicação efetiva e transparente nas transições de cuidado.

O que evitar?

- Menosprezar ou minimizar as necessidades de cada cliente;
- Fragmentação do cuidado e a descontinuidade dos processos;
- Individualismo no desempenho das atividades.

7. REFERÊNCIAS

Código de Ética – Associação Congregação de Santa Catarina – 2017;
Código de Conduta – MWL Brasil – 2016;
Manual do Funcionário – Santa Casa São José dos Campos – 2018;
Política Estadual de Humanização | Manual Brasileiro de Acreditação - 2002.



Acolher, respeitar, cuidar.



Dra. Laura Friggi Peters de Holanda
Diretora Técnica
CRM-SP 135599

Versão 08/26 - Rev. 1.3