

CÓDIGO DE CONDUTA

HFC



Hospital dos
Fornecedores de Cana
de Piracicaba

SUMÁRIO

Disposições Gerais.....	3
Missão e Visão HFC.....	4
Relacionamento.....	5
Relacionamento com profissionais.....	6
Relacionamento com parceiros de negócios.....	8
Relacionamento com Instituições de Ensino.....	10
Relacionamento com Governo e Sociedade.....	10
Relacionamento com Clientes e Acompanhantes.....	11
Relacionamento com a Comunidade.....	13
Segurança da Informação.....	14
Comunicação Institucional.....	15
Informações e Orientações.....	17

DISPOSIÇÕES GERAIS



Com o objetivo de orientar as práticas e reforçar a conduta ética no ambiente corporativo, o Hospital dos Fornecedores de Cana elaborou esse Código de Conduta, reforçando os valores essenciais que constituem a filosofia da Instituição. Tal iniciativa deve ser referência para decisões profissionais, norteador o comportamento, relacionamento e práticas institucionais de todos os colaboradores e prestadores de serviços, sem distinção de cargo ou ocupação.

A ética e a transparência são pilares imprescindíveis para a construção de relacionamentos de confiança entre colaboradores, fornecedores, clientes, parceiros e demais partes interessadas. Nesse sentido, o Código pode ser entendido como ferramenta norteadora para atitudes coerentes e em conformidade com a política institucional, visão de negócio e missão.

É de inquestionável importância a leitura desse guia, que deve ser aplicado integralmente por todos os colaboradores, médicos e prestadores de serviço em todos os ambientes do Hospital e/ou atividades promovidas pela instituição. Dessa forma, faz-se necessário o estabelecimento de um compromisso para a atuação diária em concordância com o exposto, aliando prática e teoria em todas as atribuições, de forma a construir uma identidade entre todos os envolvidos nas atuações da instituição.

As lideranças e o canal de Ouvidoria da empresa estarão preparadas para conceder o suporte necessário em caso de dúvidas e esclarecimentos. O cumprimento das orientações é de ordem obrigatória e o desvio de conduta está sujeito às punições cabíveis em âmbito corporativo e jurídico.

MISSÃO, VISÃO E VALORES DO HFC



MISSÃO HFC

Promover saúde de excelência, com responsabilidade humano sócio ambiental

VISÃO HFC

Ser um hospital de referência regional por meio da assistência integrada, com eficiência de gestão, ensino e pesquisa, comprometido com as melhores práticas em saúde.

VALORES HFC

Acolhimento

Humanização

Qualidade

Segurança

Ética

Desenvolvimento

PRATICAMOS VALOR!

Pensamos em sempre melhorar o HFC e criar valor em tudo que fazemos.

RELACIONAMENTO



TODAS AS PRÁTICAS DO HFC SÃO PAUTADAS PELA ÉTICA, RESPEITO E OPORTUNIDADE IGUALITÁRIA.

O HFC não tolera nenhum tipo de desrespeito com as pessoas, seja com profissionais, clientes, médicos, fornecedores ou outros parceiros. O ambiente harmonioso deve ser mantido e estimulado por todos.

O relacionamento entre os colaboradores deve ser regido pela honestidade, discrição, ética, sensibilidade e respeito.

RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

O recrutamento e seleção, tanto externo quanto interno, estão alinhados com as estratégias da organização baseadas em seu dimensionamento de pessoal, descrição de cargo e legislação vigente, não havendo privilégios para ocupação do cargo.

RELACIONAMENTO COM PROFISSIONAIS

RELACIONAMENTO COM COLABORADORES

O HFC preza por um tratamento respeitoso e não discriminatório entre todos os colaboradores. O ambiente de trabalho deve ser harmônico, priorizando o trabalho cooperativo e a integração.

NÃO SERÁ TOLERADO:

Discriminação por posição hierárquica, descendência, cor, sexo, religião, nacionalidade, orientação sexual, escolaridade, deficiência, idade, origem social e/ou preferências políticas.

Ameaça de qualquer categoria, assédio moral ou sexual, violência verbal, física e psicológica, piadas, insultos, suborno, boicote à procedimentos de trabalho, conteúdo sexual, omissão de informações essenciais para execução de funções, difamação no ambiente de trabalho.

RELACIONAMENTO COM MÉDICOS

Esperamos do corpo clínico, o respeito e a ética no relacionamento, o sigilo das informações e a adesão aos Princípios, Valores e Código de Conduta HFC, adotando com responsabilidade o Código de Ética da profissão.

Não será permitido o desenvolvimento de atividades profissionais pessoais no ambiente do Hospital. O HFC não tolera assédio, abuso de poder (pelo cargo, pela função, ou pelo acesso à informações privilegiadas), ameaças ou favores sexuais.

Para os colaboradores, é imprescindível o seguimento rigoroso das orientações médicas referentes aos cuidados com os pacientes. Em caso de testemunho de conduta antiética por parte do corpo clínico, o colaborador deve comunicar a liderança.



SEGURANÇA E MEDICINA DO TRABALHO

A segurança no ambiente de trabalho deve ser praticada seguindo as leis e regulamentações estabelecidas, direcionando políticas e ações específicas para resguardar a saúde dos colaboradores e adotando medidas e condições necessárias para a preservação de seu bem-estar e a qualidade de vida.

Cada profissional precisa cumprir todas as políticas de saúde e segurança aplicáveis, para manter um ambiente saudável e seguro.

CONFLITO DE INTERESSES

O HFC não aprova práticas de comércio, prestação de serviços particulares ou de interesses pessoais em negociações internas e/ou externas com clientes, fornecedores, representantes governamentais ou concorrentes. Também não será aceita nenhuma forma de troca de favores por meio de presentes, gorjetas e cortesias de qualquer gênero que possam comprometer a integridade ética das metodologias adotadas pela instituição.

BENS E EQUIPAMENTOS

A utilização de bens e equipamentos que integram o patrimônio do HFC deve ser feita com responsabilidade e atenção, evitando degradação ou danos. O manuseio consciente deve envolver a manutenção dos aparelhos em perfeitas condições de uso e a utilização deve ser exclusiva para assuntos profissionais.

Não há permissão para a retirada de materiais sem autorização prévia. Os materiais cirúrgicos devem ser preservados e separados dos demais.

RELACIONAMENTO COM PARCEIROS DE NEGÓCIO

RELACIONAMENTO COM CONCORRENTE

O HFC respeita os concorrentes estabelecendo relações éticas de competitividade, praticando a concorrência justa e leal e seguindo as normas e legislação aplicáveis.

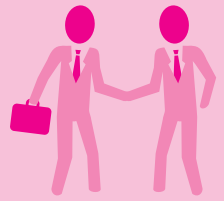
Não deve ser praticada nenhuma ação de conteúdo difamatório contra a imagem dos concorrentes, buscando assim, um relacionamento de respeito mútuo. Em caso de dúvidas quanto à legalidade de qualquer ação ou acordo proposto, o assunto deve ser discutido de imediato com a área jurídica.

Salientamos que é proibido fornecer qualquer informação, não autorizada, de propriedade do HFC, a concorrentes. Dados de caráter técnico, científico, metodológico e resultados divulgados à colaboradores, devem ser tratados de forma sigilosa.

RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES

A negociação com os fornecedores deve ser pautada pela ética, melhor custo-benefício e isenção total de vantagens pessoais, à exemplo quaisquer tentativas de ganho de comissões financeiras na contratação de serviços (propina, suborno, uso indevido de cortesias, comissão).

A partir desse entendimento, a negociação deve privilegiar o representante que melhor apresentar condições técnicas para o serviço ou produto oferecido, atender aos interesses do Hospital e demonstrar uma postura em consonância com os Princípios, Valores e Código de Conduta HFC, atendendo assim às normas e diretrizes que pautam os acordos comerciais.



O Hospital prioriza fornecedores que atendam às exigências da Legislação, evitando assim, compactuar com quaisquer práticas ilegais tais como trabalho infantil, escravo ou em condições análogas à escravidão e que possam comprometer a integridade das pessoas e dos negócios.

ENTRETENIMENTO, PRESENTES OU BRINDES

Entende-se por brindes, objetos com logo comercial para uso próprio e bonificações, como presente ou descontos, que podem ser mantido de forma transparente com ciência do superior imediato.

Não aceitamos o aproveitamento do cargo para exigir, aceitar, procurar obter, nem promover vantagens.

Sob nenhuma hipótese é permitido aceitar presentes em dinheiro ou equivalente (cartões de crédito, voucher, vales, congressos e viagens).

Esse tipo de comportamento sugestiona que o negócio possa ser influenciado e/ou comprometido pelas circunstâncias acima citadas.

RELACIONAMENTO COM INSTITUIÇÕES DE ENSINO



O HFC é campo de ensino de várias escolas de nível técnico e superior, apoiando a formação de futuros profissionais da saúde. Como parceiras, as escolas têm dever em conhecer as normas e políticas HFC, assim como zelar pelo cumprimento e acompanhamento das atividades dos alunos, sempre prezando pelo conhecimento, ética e sigilo.

RELACIONAMENTO COM GOVERNO E SOCIEDADE



O HFC preza pela gestão idônea de ações, com base no tratamento formal e ético aos representantes de órgãos públicos, dos Poderes Legislativo, Executivo e Judiciário, ressaltando sucessivamente a sustentação e o cumprimento das leis vigentes relacionadas às responsabilidades de cada área do HFC.

RELACIONAMENTO COM CLIENTES E ACOMPANHANTES



O nosso negócio é proporcionar excelência em saúde para os clientes. Seguimos padrões de atendimento fundamentados na humanização, qualidade, ética e comprometimento com o próximo, proporcionando serviços seguros de prevenção, promoção e recuperação da saúde.

Priorizamos a qualidade do atendimento, propondo sempre oferecer a melhor experiência, superar expectativas e encantar os clientes. Estamos continuamente em busca das certificações que respaldem padrões e que garantam as melhores práticas em saúde.

RELACIONAMENTO COM CLIENTES E ACOMPANHANTES



O atendimento deve ser sempre eficiente, eficaz e seguro. Os pacientes e acompanhantes devem receber a devida orientação e informação. Os colaboradores do HFC não podem, em hipótese alguma, omitir-se durante os procedimentos de suas competências e responsabilidades, negligenciar ou adotar uma postura imprudente durante a execução de procedimentos e serviços, ou manifestar insatisfação profissional e/ou pessoal para o cliente.

O HFC preza pela integridade física e moral de seus clientes. Sendo assim, seguindo os preceitos constitucionais, está vetada a discriminação por raça, religião, cor, gênero, orientação sexual ou status social. Tal postura conta com o amparo dos códigos de ética das classes profissionais que atuam na instituição.

RELACIONAMENTO COM A COMUNIDADE



O HFC reverencia os Direitos Humanos, os valores e as diferenças culturais presentes em nossa comunidade e acredita que a gestão social deve ser respaldada nos princípios de **Responsabilidade Humano, Social e Ambiental**.

Os Projetos Corporativos do HFC são desenvolvidos com postura ética e com respeito aos colaboradores e à comunidade, buscando contribuir para o desenvolvimento da cidadania, da inclusão em uma vida social e saudável, além de promover a educação, a qualidade e o desenvolvimento da equipe e da comunidade.

Os colaboradores do HFC devem cumprir normas que evitem danos à comunidade e à imagem da instituição. Nesse sentido, há de existir comprometimento e atenção com materiais contaminados e com potencial cortante e/ou perfurante, cuidados com o descarte de materiais e resíduos em geral (contaminados ou não), manutenção de higiene rigorosa e consciência para evitar o desperdício de água, energia e materiais.



PROTEÇÃO À INFORMAÇÃO

DE CLIENTES

O HFC se compromete a tratar de forma confidencial todos os dados e informações de seus clientes, obtidos por diagnósticos, exames, procedimentos ou presenciados por atendimento médico. As informações devem ser protegidas.

Desta forma, essas informações somente poderão ser compartilhadas com pessoas envolvidas com o processo ou autorizadas pelos clientes ou em situações previstas em leis.

DE COLABORADORES

Os colaboradores são espelho da qualidade dos serviços prestados à sociedade, por isso assumem com responsabilidade a Imagem de Ser HFC, utilizando devidamente o nome da instituição, serviços e produtos.

Os colaboradores têm como responsabilidade a segurança dos dados dispostos nas tecnologias de informação, assim como nos equipamentos e recursos informatizados de domínio da instituição. São disponibilizados esses recursos exclusivamente para interesses profissionais.

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL



O Departamento de Comunicação do HFC atua com foco na divulgação da marca junto à população, por meio de mídias de massa, com abrangência local e regional, via assessoria de imprensa - jornais, revistas, rádios, TV e Web, divulgando seus serviços como: informações técnicas, pesquisas, implementações de novas tecnologias, produtos e serviços do hospital. Administra ainda o planejamento anual de mídia, realizado através de campanhas com anúncios institucionais em jornais, revistas, busdoors e front-lights em vias públicas, ações indoors no Shopping Center Piracicaba e em outros veículos.

A Comunicação é um aliado para os negócios, pois o bom relacionamento com seu público, interno e externo, assegura o reconhecimento perante a sociedade, valoriza os recursos e o potencial de seus colaboradores e auxilia no fortalecimento da reputação. A boa política de comunicação permite transparência organizacional e assegura a credibilidade da marca HFC.



USO DO NOME, DAS INSTALAÇÕES OU DOS RELACIONAMENTOS DO HFC

O uso do nome, logomarca e instalações deverão ser autorizados previamente para serem divulgados.

INTERAÇÕES COM A MÍDIA E APARIÇÕES EM PÚBLICO

Todas as solicitações de mídia relacionados ao HFC devem ser encaminhados ao setor de Comunicação. Somente pessoas autorizadas podem falar em nome do HFC.

ATUAÇÃO EM REDES SOCIAIS

A utilização das redes sociais deve ser realizada de forma coerente com o trabalho desenvolvido e a reputação consolidada, de modo a não afetar a imagem da empresa e não transmitir informações de caráter apenas institucional.

INFORMAÇÕES E ORIENTAÇÕES



O HFC é constituído por princípios e valores éticos desenvolvidos por meio de práticas, políticas, normas, rotinas e legislação vigente de acordo com cada situação. Independentemente da hierarquia, todos os nossos colaboradores devem conhecer e amparar suas condutas e relacionamentos no nosso Código de Conduta.

Reconhecemos e respeitamos toda individualidade e, portanto, prezamos para que as orientações éticas sejam respeitadas nas ações de cada um, cooperando para a vitalidade dos princípios e valores éticos HFC.

Frente a atitudes, condutas ou situações que não estejam de acordo com os princípios e valores postos neste Código de Conduta, deve-se comunicar a instituição para análise e observância das diretrizes.

Não será aceita qualquer perseguição a colaboradores que livremente destacarem o não cumprimento desses valores e princípios.

Este Código não espera cobrir todas as possíveis situações que surgirão em nosso cotidiano profissional, mas é a base para tomada de decisões éticas.

INFORMAÇÕES E ORIENTAÇÕES

Em caso de dúvidas, o líder deve ser referência para o esclarecimento, assim como o departamento de Gestão de Pessoas. O cumprimento do Código cabe a cada colaborador e prestador de serviço e, no caso de desobediência às disposições desse documento, as penalidades podem variar de advertência à rescisão de contrato por justa causa.

A administração do HFC está aberta a sugestões; denúncias e críticas que visem aprimorar o sistema, os serviços e relações profissionais.

Ouvidoria - Fale Conosco

Clientes, Prestadores de Serviços e Corpo Clínico

e-mail: ouvidoria@hfcp.com.br

Fone: 19 3403.5180

Ouvidoria - Colaboradores

e-mail: desenvolvimento@hfcp.com.br

Fone: 19 3403.5844



CONHEÇA OS SERVIÇOS DO **HFC**



HFC DIA
(CIRURGIAS DE
PEQUENO PORTE E
CURTA DURAÇÃO)



CEON
(CENTRO DE
ONCOLOGIA)



CIAN
(CENTRO INTEGRADO
DE ATENDIMENTO
NEFROLÓGICO)



CEDIM
(CENTRO DE
DIAGNÓSTICO POR
IMAGEM)



HFC LAB
(LABORATÓRIO DE
ANÁLISES CLÍNICAS)



**PRONTO
ATENDIMENTO**
(URGÊNCIAS,
EMERGÊNCIAS E
ORTOPÉDIA)



INCORPI
(INSTITUTO DO
CORAÇÃO DE
PIRACICABA)



**BANCO DE LEITE
HUMANO**

Dentre os valores remodelados pela Instituição, a ética é preservada, sendo ela um dos fatores importantes no processo de assistência humanizada e segura ao cliente.

Quando a cultura organizacional valoriza o cliente, e, portanto, mantém um relacionamento estreito com o mesmo, considerando este como ponto primordial em seu negócio, realizando um acolhimento, zelando pela honestidade sem discriminação de fenômenos sociológicos.



PABX
19 3403.2800

Atualizado em Dezembro/2017