

CRIANDO VALOR

para os nossos

STAKEHOLDERS

O Código de Conduta da LG Electronics



CRIANDO VALOR

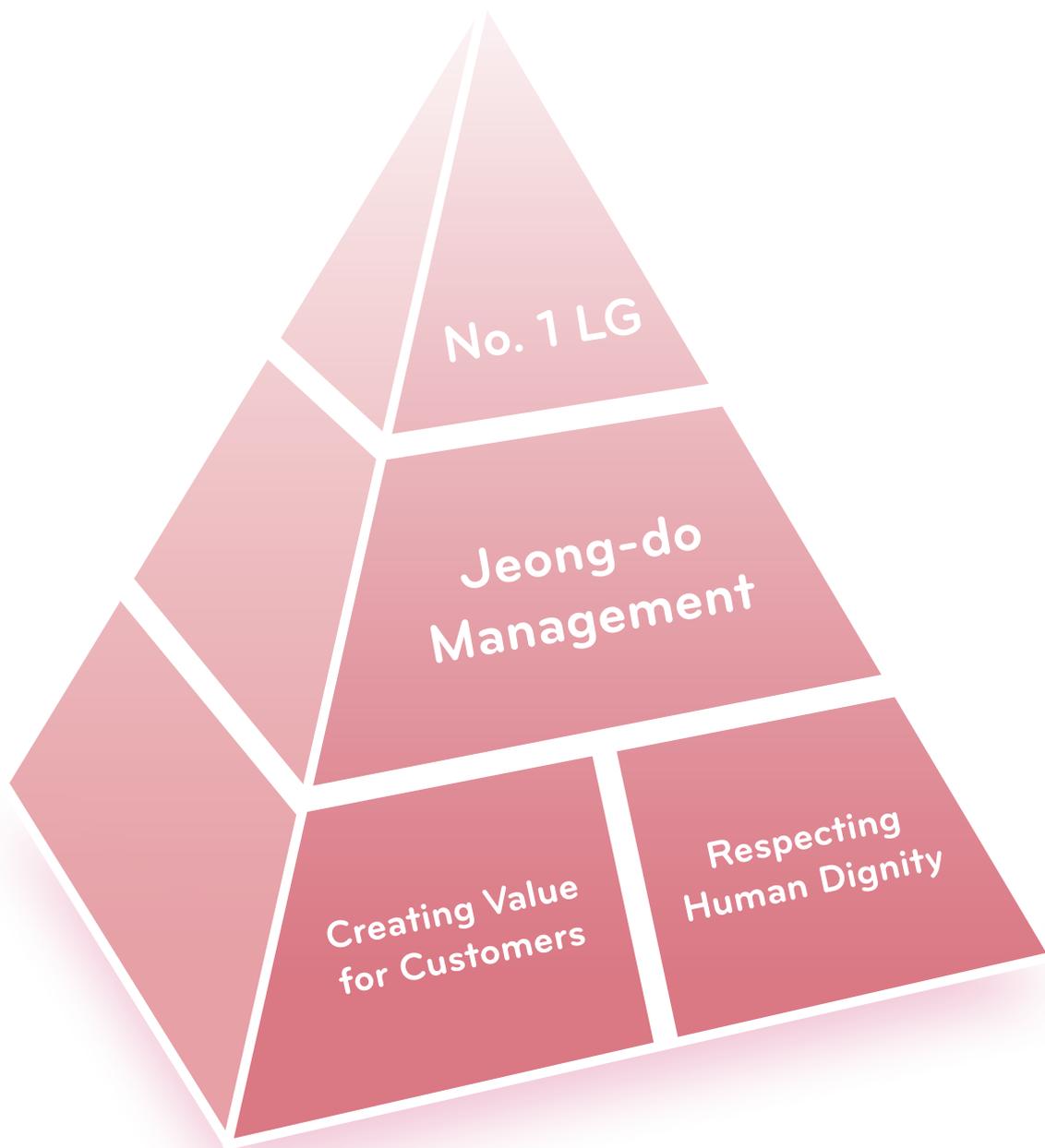
para os nossos

STAKEHOLDERS

O Código de Conduta da LG Electronics



LG WAY





O "LG Way" reflete as principais crenças, valores e aspirações que norteiam o crescimento e o sucesso de nossa empresa ao longo dos anos. Esse sucesso nos impulsiona a gerar maior valor para todos os nossos stakeholders.

Por mais de 50 anos, desde o lançamento inicial de nossos produtos no mercado, a LG trabalha incansavelmente para tornar a vida de seus clientes mais confortável e promover um espírito de respeito e unidade entre seus colegas. Nossa filosofia de gestão reflete as principais crenças, valores e aspirações que norteiam o crescimento e o sucesso de nossa empresa ao longo dos anos. Esse sucesso nos impulsiona a gerar maior valor para todos os nossos stakeholders.

Nossa Visão

Ser uma empresa No. 1 não significa ser a maior ou a mais lucrativa. A verdadeira empresa No. 1 é reconhecida por práticas de gestão sadias e transparentes e tem nelas o seu fundamento para alcançar competitividade global e forte presença no mercado.

É isso o que oferecemos aos nossos stakeholders. Para desenvolver uma LG com o respeito de seus concorrentes, a confiança de seus clientes e a admiração de pessoas talentosas em todo o mundo, é necessário que jamais abandonemos "O Modo Correto".

Nossa Filosofia

Nosso trabalho diário é pautado no ideal representado pelo slogan "Creating Value for Customers". Em tudo o que fazemos, levamos sempre em consideração as expectativas do cliente e fazemos de suas necessidades o motivo principal de todas as nossas atividades de negócios. Graças à inovação e reinvenção constantes de nossos produtos e serviços, podemos descobrir novas maneiras de criar o valor ideal para nossos clientes.

Assim, adotamos o "Respecting Human Dignity" - nosso jeito próprio de criar uma empresa com o poder de atrair e cultivar os melhores talentos do mundo. Acreditamos que pessoas talentosas merecem tratamento imparcial, avaliação justa e suporte consistente para explorar todo o seu potencial. Reconhecer o desempenho individual e respeitar a criatividade e a iniciativa pessoais são a forma pela qual criamos uma grande empresa capaz de gerar o valor ideal para todos os nossos stakeholders.

O Modo Correto

Tornar-se uma empresa verdadeiramente respeitada por seus acionistas, pelo mercado e pela sociedade requer medidas firmes e competência inigualável. Tal competência tem respaldo apenas quando nos comprometemos a "jogar de maneira limpa" e não tolerar atitudes desleais. Ao demonstrar honestidade, integridade e imparcialidade, passamos a ser vistos como uma empresa onde as pessoas encontram espaço para perseguir seus objetivos com entusiasmo e criar idéias inovadoras capazes de conquistar o coração do cliente.

Desse modo, "Jeong-do Management" (Gestão por princípios) significa muito mais do que gestão ética: é a demonstração do "Modo Correto" de fazer as coisas e de concretizar nossa filosofia; é o meio de nos fortalecermos como empresa para podermos superar a concorrência.



UMA MENSAGEM DO DIRETOR EXECUTIVO

Nos últimos anos, a LG Electronics obteve um sucesso tremendo. Desenvolvemos produtos e serviços extraordinários para os nossos clientes, enriquecemos um ambiente de trabalho que já era excelente e proporcionamos maior valor para os nossos muitos stakeholders.

Tais conquistas são o resultado de nossa filosofia de negócios, isto é, criar real valor para os clientes e tratar nossos colegas e funcionários com respeito. Para garantir nosso sucesso futuro, é necessário reafirmar nosso compromisso com esses valores fundamentais.

Este Código de Conduta da LG é fruto de nossos valores fundamentais. Com ele, todos nós poderemos realizar nosso trabalho de acordo com os princípios que defendemos. Ele define, ainda, a maneira adequada de agir em inúmeras situações e oferece ferramentas adicionais para as situações em que a resposta certa não está clara.

Seguir este Código não é uma questão de escolha. Não podemos ter sucesso a longo prazo se colocarmos em jogo nossos valores e padrões com circunstâncias a curto prazo. É dever de todo funcionário



ler este Código e compreender como ele se aplica ao seu trabalho em particular. Jamais faça concessões como meio de justificar uma conduta não condizente com este Código. Não se deixe levar por argumentos como "Foi necessário para atingir as metas de vendas" ou "Fiz o que meu gerente disse para fazer".

Os líderes devem atender a seus funcionários com agilidade e respeito para solucionar suas dúvidas e preocupações sobre conformidade. Não toleramos qualquer tipo de retaliação contra tais preocupações ou dúvidas.

Este Código de Conduta representa um compromisso feito com todos os nossos stakeholders e nos ajudará a concretizar nossa visão de No. 1 LG.

Este Código de Conduta da LG é fruto de nossos valores fundamentais. Com ele, todos nós poderemos realizar nosso trabalho de acordo com os princípios que defendemos. Ele define, ainda, a maneira adequada de agir em inúmeras situações e oferece ferramentas adicionais para as situações em que a resposta certa não está clara.

SUMÁRIO



LG WAY



UMA MENSAGEM DO DIRETOR
EXECUTIVO



INTRODUÇÃO

- 8 Por Que Temos um Código
- 8 A Quem o Código se Aplica
- 8 O Que Esperar de Nós
- 9 Não-conformidade
- 9 Sobre o Código

10

HONESTIDADE E INTEGRIDADE para Nossos Clientes

- 12 Marketing Responsável
- 15 Segurança dos Produtos
- 18 Produtos de Alto Padrão
- 21 Privacidade e Proteção das Informações

24

A MELHOR EMPRESA para os Nossos Funcionários

- 26 Ambiente de Trabalho Justo
- 29 Respeito nas Interações do Ambiente de Trabalho
- 32 Um Ambiente de Trabalho Saudável e Seguro

36

NEGOCIAÇÃO JUSTA com os Nossos Parceiros e com o Mercado

- 38 Responsabilidade na Obtenção de Informações sobre a Concorrência
- 41 Uso Correto de Informações de Terceiros
- 43 Concorrência Leal
- 45 Lidando com a Concorrência
- 48 Lidando com Parceiros Comerciais e Fornecedores
- 51 Comunicação Cautelosa
- 54 Respeito à Propriedade Intelectual de Terceiros
- 56 Não ao suborno e aos pagamentos indevidos

60

PREOCUPAÇÃO com as Nossas Comunidades

- 62 Proteção do Meio Ambiente
- 65 Transações Internacionais com Responsabilidade

68

EXCELENTE RETORNO para Nossos Acionistas

- 70 Proteção e Confidencialidade das Informações
- 73 Proteção da Propriedade Intelectual da Empresa
- 76 Comunicação Eletrônica Adequada
- 79 Correta Manutenção e Retenção dos Registros
- 82 Responsabilidade no Manuseio de Informações Internas
- 85 Divulgação Cautelosa de Informações ao Público



INTRODUÇÃO

Por Que Temos um Código

A LG Electronics é uma empresa global em franca operação. Por essa razão, nossos funcionários estão sujeitos a uma infinidade de leis e regulamentos. Naturalmente, não é tarefa fácil para o funcionário conhecer todas ou até mesmo a maioria dessas leis e regulamentos. Além disso, nossas atividades se estendem por diversas localizações geográficas, cada uma com sua própria cultura. Dessa forma, procuramos trabalhar de maneira consistente e condizente com as leis e regulamentos aplicáveis em todas as nossas regiões e segmentos de mercado, bem como manter o respeito pelos costumes locais. Este Código é uma ferramenta imprescindível para ajudar a todos nós na LG a enfrentar esses desafios tão importantes.

A Quem o Código se Aplica

O Código de Conduta da LG se destina à LG Electronics, Inc. ("a Empresa") e a todas as subsidiárias da LG Electronics, Inc. espalhadas pelo mundo.

O Que Esperar de Nós

Esperamos que você:

- Demonstre comprometimento com os principais valores da Empresa em todas as suas atividades profissionais e ajude a fazer da LG um excelente local de trabalho onde todos nós possamos oferecer o melhor aos nossos clientes e demais stakeholders.
- Obedeça às leis e aos regulamentos dos países em que trabalhar.
- Cumpra as políticas e os procedimentos da Empresa relacionados ao seu trabalho.

- Procure orientação nas situações de incerteza quanto à atitude adequada a tomar.
- Denuncie suspeitas de violação deste Código ou de outras políticas da Empresa.

Se você gerencia outros funcionários, esperamos que você:

- Verifique se todos os funcionários estão cientes deste Código e das responsabilidades nele contidas.
- Auxilie os funcionários em suas dúvidas ou preocupações relacionadas ao Código ou à sua aplicação no trabalho diário.
- Pessoalmente demonstre uma liderança adequada, seguindo o Código de Conduta e conversando com os funcionários sobre a sua aplicação em seu trabalho diário.

Em caso de dúvidas sobre o Código ou sobre como aplicá-lo ao seu trabalho:

- Consulte seu gerente, pois ele é a pessoa mais indicada para ajudá-lo a sanar dúvidas relacionadas ao seu trabalho. Na ausência do gerente, entre em contato com o departamento responsável listado nas seções deste Código ou com o departamento jurídico.
- Caso gerencie outros funcionários e não esteja certo sobre como solucionar uma dúvida levantada por um funcionário, entre também em contato com o departamento responsável listado nas seções deste Código ou com o departamento jurídico.



Considere as diferenças culturais

Ao visitar ou se mudar para outro país, informe-se sobre seu novo ambiente. Procure compreender a cultura e os costumes locais. Não se esqueça de que as leis e os regulamentos podem ser diferentes das leis e dos regulamentos do seu país. Caso constate a existência de conflitos que possam afetar suas atividades na empresa, discuta essas questões com o gerente para encontrar uma solução adequada.

Não-conformidade

A não-conformidade implica sérias consequências.

Há sanções severas contra a violação de leis e regulamentos, tanto para a Empresa quanto para as pessoas envolvidas. A não-conformidade poderá acarretar penalidades criminais, multas administrativas, danos civis, confisco de lucros, exclusão de contratos, encerramento de relações comerciais, tentativa de extorsão, danos à nossa imagem e impressões negativas por parte do mercado de capitais. Além disso, os infratores poderão também sofrer sérias consequências, como multas ou detenção, processos por danos ou sanções nos termos da lei trabalhista.

Ao perceber que a Empresa corre riscos por não atender aos padrões do Código:

- Primeiramente, converse com o gerente sobre o problema.
- Em seguida, entre em contato com o gerente de compliance de sua área e informe-o sobre o problema.

Denuncie possíveis retaliações

A Empresa não tolera e repudiará todo tipo de retaliação praticada contra quem com sinceridade denunciar problemas de não-conformidade. A retaliação pode assumir várias formas; elas abrangem desde o impacto desleal sobre o ambiente de trabalho a situações constrangedoras em geral. Se você tem plena convicção de ter sofrido algum tipo de retaliação ou é testemunha de que alguém foi vítima dessa prática por formular denúncias, informe imediatamente o assunto ao Departamento de Recursos Humanos.

Não há desculpas aceitáveis para a violação da conformidade

Esteja alerta às seguintes evasivas:

- "Mesmo sabendo que não era o certo, fiz o que meu chefe me mandou fazer."
- "Fiz pelo bem de nossos clientes."
- "Fiz para atingir as metas ou objetivos da Empresa."

Sobre o Código

Este Código não inclui todos os padrões e políticas da Empresa. Ele não tem poder para tratar de todos os problemas que possam surgir. De tempos em tempos, a Empresa revisará este Código e todos os seus padrões e políticas existentes e os divulgará aos funcionários e demais partes a quem eles se destinem.

Este Código de Conduta não é um contrato de trabalho. A LG Electronics não cria direitos ou obrigações contratuais por publicá-lo.

HONESTIDADE E INTEGRIDADE

para Nossos Clientes

12	Marketing Responsável
15	Segurança dos Produtos
18	Produtos de Alto Padrão
21	Privacidade e Proteção das Informações

Tudo o que fazemos se baseia no lema "O cliente em primeiro lugar". Na busca por gerar real valor para o cliente, levamos sempre em consideração suas perspectivas e procuramos satisfazer suas altas expectativas em todas as nossas atividades de negócios. Cremos que demonstrar nossos padrões de qualidade, cumprir nossas promessas e inovar constantemente nossos produtos para torná-los cada vez melhores são formas de inculcar no cliente a certeza de que ele pode confiar em nossos produtos e serviços. Cada ação, cada atitude tomada deve sempre refletir integridade e honestidade inabaláveis e estabelecer relações de confiança das quais o cliente possa de fato depender.



CENÁRIO



Um novo produto está atraindo a atenção devido ao seu incrível design. Ele pode ser um sucesso se a Empresa for capaz de destacar algum outro fator importante. Embora o produto proporcione um aumento no desempenho de apenas 5% ou mais, parece não haver qualquer outra distinção especial. Normalmente, nossos concorrentes aplicam uma pequena "margem de lucro" ao desempenho informado. Você calcula que a Empresa terá melhores condições de enfrentar a concorrência se, por exemplo, anunciarmos que o produto oferece um aumento de 10% no desempenho. De qualquer forma, você não espera que alguém seja capaz de notar ou determinar a diferença.

Como criar o valor correto?

MARKETING RESPONSÁVEL

Nossa Empresa conquista e mantém relações duradouras com os clientes graças ao valor e à qualidade de seus produtos e serviços. Portanto, é fundamental comercializá-los com responsabilidade e vendê-los sem mascarar suas características e benefícios legítimos. A confiança do cliente em nossa palavra é fruto da integridade e honestidade demonstradas em nossas atividades de marketing. Criamos valor para os nossos clientes porque fornecemos a eles as informações de que necessitam para tomar a decisão ideal na hora de comprar. Não vale a pena jamais arriscar nossa reputação tão bem conquistada com práticas de marketing irresponsáveis.

NOSSO PADRÃO



Ajude a garantir que as atividades de marketing da Empresa sejam responsáveis, especialmente se você trabalha diretamente no desenvolvimento ou na revisão das comunicações de marketing.

VOCÊ PRECISA SABER

Comunicações de marketing incluem, dentre outras coisas:

- Anúncios e itens promocionais
- Descrições e embalagem de produtos
- Materiais de pesquisa, resultados de testes ou comparações entre a concorrência ou produtos
- Anúncios publicados no quadro de mensagens da Intranet e outros comunicados não necessariamente direcionados aos clientes

Os profissionais da área de comunicações de marketing e os que desempenham funções de vendas ou cujo trabalho envolva o desenvolvimento ou revisão de material publicitário, embalagem ou promoção de produtos ou qualquer outro tipo de comunicado direcionado ao cliente devem conhecer e compreender os padrões, políticas e procedimentos da Empresa.

Nossas comunicações de marketing abrangem um público bastante amplo e passam pelo crivo de consumidores, concorrentes e órgãos governamentais. Não vale a pena arriscar nossa reputação envolvendo-se em atividades de marketing não recomendáveis.



RESPOSTA

Nem tudo o que a concorrência faz nós devemos adotar como certo. Acima de tudo, devemos sempre questionar se o que fazemos demonstra nossos valores fundamentais de criar valor real para os clientes e respeitá-los. Apesar de nem sempre evidente, ainda assim o exagero é uma tentativa de vender nossos produtos com base em informações falsas. Nossos clientes esperam de nós honestidade em relação aos valores que lhes conferimos, independentemente do que esperam de nossos concorrentes.



O MODO CORRETO

- Verifique se todas as alterações feitas nos produtos ou serviços da Empresa são divulgadas com precisão e rapidez aos departamentos competentes.
- Verifique se as comunicações de marketing, as informações na embalagem dos produtos e os materiais promocionais e de embalagem estão corretos em relação aos dados de origem ou de fabricação informados, como país de origem ou onde foi realizada a montagem. O objetivo desse procedimento é garantir a correta divulgação e embalagem de nossos produtos.
- Verifique se os materiais de marketing desenvolvidos por agências de propaganda ou outras empresas terceirizadas atendem à legislação e às políticas da Empresa.
- Certifique-se de que nenhum material de marketing da Empresa contenha informações falsas, enganosas ou omissas quanto a dados importantes que poderiam de alguma forma ajudar os clientes a fazer uma compra mais segura.
- Evite comparações com a concorrência ou com seus produtos:
 - Que não possam ser comprovadas por dados reais e objetivos.
 - Quando tais comparações se basearem em condições consideradas desleais para a concorrência ou o produto.
- Não permita a distribuição pública de material de marketing contendo informações (por exemplo, relacionadas ao desempenho ou à superioridade do produto ou à participação de mercado) ainda não respaldadas por testes ou outros dados confiáveis.
- Jamais justifique a prática do marketing irresponsável com a alegação de que os materiais promocionais foram desenvolvidos por terceiros.

ATENÇÃO

- Seja cauteloso com os exageros utilizados no marketing. Um toque a mais para enriquecer a apresentação do produto pode ser uma boa estratégia de marketing, mas esse artifício não deve jamais criar falsas impressões no cliente sobre as características do produto ou apresentar informações conflitantes com os dados reais.
- Comercialize os produtos da Empresa procurando realçar seus pontos fortes em vez de destacar as deficiências do produto da concorrência. Queremos liderar o mercado criando, fabricando e comercializando os melhores produtos; essa idéia deve ser nosso foco principal. Os concorrentes com certeza estarão atentos a qualquer anúncio publicitário que faça menção aos seus produtos. Para sermos justos com eles, é necessário ter sempre um cuidado extra na forma como abordamos seus produtos.



CENÁRIO

Embora nosso novo produto atenda aos regulamentos obrigatórios de segurança, você continua em dúvida sobre se ele é absolutamente seguro. A essa altura, submeter o design do produto a uma reformulação completa parece ser algo um tanto dispendioso, por isso você decide solucionar essas "dúvidas recorrentes" no aviso de advertência.

Como criar o valor correto?



SEGURANÇA DOS PRODUTOS

Segurança e confiança são as qualidades fundamentais do valor que transmitimos aos clientes por meio de nossos produtos. Design seguro, fabricação com qualidade e serviços pós-vendas executados com dedicação representam uma oportunidade de nos destacarmos e demonstram nossa preocupação com o bem-estar de nossos clientes. Uma parte essencial da inovação envolve a criação de produtos mais seguros. Nosso compromisso com a segurança dos clientes é o meio pelo qual estabelecemos confiança em nossos produtos e a demonstração de que os valorizamos de fato.



NOSSO PADRÃO

Apóie todos os esforços para garantir que nossos produtos sejam seguros. Suscite dúvidas ou preocupações sobre matérias-primas, design ou utilização de produtos, fabricação, marketing ou atendimento ao cliente a fim de garantir que os produtos sejam seguros para os nossos clientes. Nenhum objetivo de negócios, seja ele relacionado a design, capacidade de venda ou custo, justifica colocar em risco a segurança dos produtos da Empresa.

VOCÊ PRECISA SABER

Uma de nossas maiores preocupações é a segurança dos produtos. Corremos o risco de sofrer severas penalidades por não tomarmos medidas de proteção adequadas ou por falhar em encontrar soluções para os problemas de segurança, o que inclui sanções regulatórias, processos judiciais e danos à reputação da Empresa.

Segundo entendemos, “Creating Value for Customers” não se limita apenas a evitar as consequências da obrigação. Representa o compromisso de identificarmos com eficiência oportunidades de eliminarmos problemas de segurança e aprimorarmos a qualidade geral de nossos produtos. Por essa razão, a Empresa mantém inúmeros processos voltados à segurança dos produtos. O foco central dos processos do ciclo de vida total é a segurança dos produtos, incluindo design (visando à utilização por usuários em potencial), aquisição, fabricação, testes, controle de qualidade e marketing. Mesmo após a venda, a Empresa continua monitorando o produto para detectar qualquer indício de problemas de segurança em sua utilização e tomar as providências necessárias a fim de garantir a segurança do cliente. Funcionários e Gerentes responsáveis pela segurança dos produtos devem consultar os nossos **Product Safety Operation Principles** a fim de conhecer mais sobre esses importantes processos e procedimentos.



RESPOSTA

Avisos de advertência identificando claramente perigos potencialmente identificáveis são parte importante e necessária do esforço para garantir que nossos produtos são seguros para os clientes. Entretanto, acima de tudo, temos o dever de criar e fabricar nossos produtos com qualidade suficiente para satisfazer aos padrões da Empresa e atender às expectativas de segurança de nossos clientes. Naturalmente, alterações feitas em um estágio avançado do processo de desenvolvimento implicam sérios desdobramentos. Portanto, a oportunidade é excelente para envolver colegas de outros departamentos no processo de decisão. É necessário ter plena convicção de que nossos produtos não apenas satisfazem aos padrões de segurança como também não apresentam riscos nesse sentido.

O MODO CORRETO



- Siga todas as políticas e procedimentos da Empresa relacionados a design, aquisição e fabricação que possam afetar a segurança dos produtos.
- Denuncie a existência de matérias-primas duvidosas ou com defeito, projetos ou peças que comprometam a qualidade ou produtos não seguros.
- Identifique problemas relacionados à segurança dos produtos, de preferência ainda nos primeiros estágios do processo de design e, seja como for, tão logo tenha conhecimento deles.
- Jamais coloque em risco a segurança dos produtos para atingir algum outro objetivo de negócios. Caso surjam divergências entre esses objetivos, informe o assunto ao seu gerente.
- Não impeça nem permita que outros impeçam a execução de alguma das etapas do controle de qualidade, pois isso pode reduzir a eficiência dos testes necessários para garantir a segurança dos produtos.
- Não permita que fornecedores descumpram as exigências de contratação da Empresa. Isso pode comprometer o produto final com a utilização de matérias-primas ou componentes de qualidade inferior ou defeituosos no processo de fabricação.
- Jamais desconsidere recomendações feitas em relação à segurança dos produtos simplesmente por terem sido apresentadas em um estágio avançado do processo de desenvolvimento.

ATENÇÃO

- Esteja alerta à ocorrência constante ou repetitiva de incidentes de segurança envolvendo nossos produtos. A segurança do cliente está acima de tudo. É nosso dever convocar um recall caso suspeitemos que nossos produtos apresentam um problema característico de design ou defeitos de fabricação em grande escala.
- Saiba que muitos países possuem lei e regulamentações que obrigam fabricantes e distribuidores a informar, imediatamente, às autoridades sobre quaisquer falhas à segurança ou incluir etiquetas/rótulos de aviso com os defeitos que sejam detectados.
- Mesmo que satisfaça a todos os regulamentos e padrões obrigatórios de segurança, ainda assim o produto pode não ser seguro para nossos clientes. É necessário que o produto satisfaça também aos nossos padrões internos de segurança. Regulamentos obrigatórios de segurança são apenas o nível mínimo de segurança requerido para o produto. Todo produto que não atender aos padrões de segurança exigidos será considerado, na maioria das vezes, não seguro.
- Quando as pessoas manifestarem suas preocupações, ouça atentamente o que elas têm a dizer e avalie os impactos a longo prazo. A inquietação ou dúvida de um colega em relação ao design, fabricação ou embalagem de um produto pode ter implicações para a sua segurança.
- Mesmo que suas funções específicas não envolvam a realização de testes de produtos, controle de qualidade ou atividades semelhantes, ainda assim você é responsável pela segurança dos produtos. Apresente ao responsável pela segurança dos produtos as dificuldades encontradas ao utilizar produtos da Empresa que possam indicar um possível problema de segurança.



CENÁRIO

O produto de uma inovadora funcionalidade recém-desenvolvida provavelmente se tornará bastante popular em um mercado inamistoso e auto-suficiente. Por ser tratar de uma nova funcionalidade, os regulamentos não são claros quanto à obrigação de incluí-la ou não nas condições de teste do produto. Visto que esta nova funcionalidade consome muita energia, você conclui que os resultados dos testes serão mais satisfatórios com a funcionalidade desligada.

Como criar o valor correto?

PRODUTOS DE ALTO PADRÃO

A confiabilidade, durabilidade e segurança de nossos produtos são a essência de nossos negócios. Desenvolvemos produtos de qualidade capazes de resistir a extremas condições de uso pelos consumidores e, dessa forma, tornamos a vida de nossos clientes mais confortável. A excelência do design e da fabricação vivenciada por nossos clientes no dia-a-dia demonstra o compromisso da Empresa em proporcionar valor duradouro para o cliente. Para alcançar esse objetivo, definimos padrões e seguimos inúmeros regulamentos destinados a proteger o consumidor. Isso nos desafia a criar, produzir e comercializar produtos de mercado dentro dos altos níveis de qualidade e segurança por nós defendidos.

NOSSO PADRÃO



Verifique se todos os produtos estão de acordo com as exigências regulatórias e com os padrões internos da Empresa que envolvem confiabilidade, durabilidade e segurança. Levante dúvidas, mesmo pequenas, para que a Empresa possa reafirmar seu compromisso de produzir produtos com o maior padrão de qualidade e conformidade da indústria.

VOCÊ PRECISA SABER

As especificações do produto abordam questões como as descritas a seguir:

- Padrões internos e de segurança geral dos produtos em relação a confiabilidade e estabilidade
- Compatibilidade eletromagnética
- Requisitos ambientais, como teor de materiais nocivos, embalagem reciclável e economia de energia
- Considerações sobre design em relação a menores de idade, pessoas idosas e pessoas com necessidades especiais
- Demais requisitos para garantir a qualidade e a compatibilidade com outros produtos ou serviços

Nossos produtos têm influência sobre inúmeros clientes em todo o mundo. Por essa razão, a não-conformidade com os padrões e regulamentos relacionados aos produtos implica sérias consequências, como processos judiciais promovidos por consumidores, prejuízos para a marca, danos à reputação da Empresa, penalidades civis, recalls dispendiosos, ações coletivas de litígio, para citar alguns.

Nossos altos padrões são reconhecidos não apenas nos produtos propriamente ditos, mas também na maneira como nos portamos para alcançar tal reconhecimento. Isso se traduz na prática dos mais altos níveis de integridade e profissionalismo como meio de validar e certificar a qualidade de nossos produtos. Os funcionários responsáveis por Garantia de Qualidade e de Padrões devem apresentar familiaridade com os nossos **Princípios de Operação Padrão**, aplicando-os ao testar a qualidade de nossos produtos e ao verificar sua conformidade. Da mesma forma, é necessário garantir que a empresa compreende e cumpre as exigências regulatórias locais; para isso, certifique-se de envolver os especialistas da região.

RESPOSTA

A LG é uma empresa dedicada a gerar valor para o cliente por meio da criação de designs e recursos inovadores. Por essa razão, nossos produtos muitas vezes envolvem situações em que a lei não é clara. Nossa preocupação principal será sempre proporcionar a qualidade esperada pelos clientes em nossos produtos, independentemente do "sentido literal da lei". Em outras palavras, devemos ter o profissionalismo de buscar esclarecimentos junto às autoridades regulatórias, mesmo obtendo uma resposta desfavorável para a Empresa. Nossa expectativa é de que os clientes adotem esta nova funcionalidade em sua utilização diária do produto; portanto, seria prudente questionar o órgão regulatório sobre se esta nova funcionalidade deve fazer parte dos parâmetros de teste.





O MODO CORRETO

- Se o seu trabalho envolve testes e qualidade de produtos, verifique se todos os produtos analisados atendem às avaliações de teste/qualidade e aos objetivos gerais de teste/qualidade especificados em termos de confiabilidade, qualidade, durabilidade e segurança.
- Verifique se os produtos e suas peças ou componentes fabricados por nossos fornecedores atendem às especificações indicadas.
- Monitore novos regulamentos referentes aos produtos em sua área e divulgue-os imediatamente à equipe de produtos ou de desenvolvimento de produtos.
- Consulte seu gerente ou entre em contato com a autoridade regulatória caso tenha dúvidas sobre qual padrão ou protocolo de testes se aplica aos nossos produtos.
- Não faça substituições por materiais ou componentes já testados ou especificados sem observar os procedimentos da Empresa autorizando tais substituições.
- Jamais permita que os produtos sejam submetidos a testes fictícios ou insuficientes. Isso inclui:
 - Falsificar ou selecionar apenas dados favoráveis dos testes.
 - Executar testes sob condições insatisfatórias.
 - Falsificar protocolos de teste legítimos.

ATENÇÃO

- Esteja atento a mudanças nas normas regulatórias referentes a padrões do produto. Procure sempre entender esses requisitos importantes. Questione as operações da Empresa para ter certeza de que ela fabrica produtos legalmente corretos.
- Esteja alerta a denúncias de grupos de consumidores, autoridades regulatórias ou concorrentes relacionadas a erros de embalagem ou de conformidade com os padrões de qualidade.
- Fique atento a mudanças nos processos de design, contratação ou fabricação de determinado fornecedor. Essas mudanças podem afetar de maneira negativa os materiais a nós enviados, gerando problemas nos próprios processos.
- Avalie cuidadosamente quaisquer variações profundas em relação ao modelo básico ao projetar novas versões de nossos produtos. Verifique sempre se essas mudanças foram adequadamente divulgadas. Verifique se essas variações requerem uma avaliação de conformidade distinta em relação ao modelo modificado.

REMANUFATURAÇÃO DE PRODUTOS RESPONSÁVEL

No processo de atendimento aos nossos clientes, remanufaturamos grandes volumes de produtos devolvidos e produtos oriundos da área de serviços diariamente. Como esses produtos remanufaturados funcionam perfeitamente, pode parecer que não existem problemas em reembalá-los e vendê-los como produtos novos. No entanto, você deve estar ciente de que:

- Embora nossos produtos remanufaturados tenham a mesma funcionalidade dos novos produtos, em termos legais, ainda são considerados "usados", não podendo, portanto, ser vendidos mediante a premissa de que sejam novos. Certifique-se de que os clientes que comprarem nossos produtos remanufaturados compreendam claramente que estão adquirindo produtos "remanufaturados".
- A maioria dos clientes espera que seus produtos remanufaturados recebam peças novas. Se esse não for o caso, recomenda-se inserir essa informação na garantia do produto de forma a prevenir possíveis mal-entendidos por parte de nossos clientes.



CENÁRIO

Você trabalha no departamento de relações com o cliente e uma de suas responsabilidades envolve a análise de dados obtidos de nossas centrais de atendimento para ajudar a criar produtos de melhor qualidade. Um departamento de marketing em outro país necessita de dados comerciais não processados da sua área para desenvolver a estratégia de marketing a ser adotada no lançamento de um novo produto. Você sabe que, antes de questionar, nossas centrais de atendimento obtêm autorização dos autores das chamadas: a sua dúvida é se não há problema em passar esses dados para o departamento de marketing.

Como criar o valor correto?



PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DAS INFORMAÇÕES

À medida que nossas operações globais de negócios se expandem, dependemos cada vez mais das informações pessoais de nossos clientes nas inúmeras atividades de negócios que realizamos. Embora a tecnologia tenha ampliado o acesso a informações pessoais e a velocidade com que elas são compartilhadas, isso também aumentou o risco de utilização indevida. Nossos clientes contam conosco para proteger as informações pessoais compartilhadas com a Empresa contra a utilização ou divulgação descuidadas. Ao demonstrar integridade e fortalecer a confiança de nossos clientes, estimulamos ainda mais o compartilhamento de informações pessoais para ajudar a criar melhor valor para nossos clientes.



NOSSO PADRÃO

Conheça e observe as políticas da Empresa e as leis relacionadas à coleta, manuseio e compartilhamento responsável de informações pessoais de nossos clientes.

VOCÊ PRECISA SABER

Informações Pessoais são símbolos, texto, imagens, áudio/vídeo e demais dados que podem ser utilizados, por si mesmos ou em conjunto com outras informações, para identificar pessoas vivas. Em outras palavras, informações pessoais incluem, no mínimo, o seguinte:

- Identificação pessoal, como números de previdência social e de carteiras de motorista.
- Diversas informações não-exclusivas, como idade, estado civil, religião, profissão e até mesmo interesses ou hobbies.

As informações pessoais recebem o mesmo tratamento dado a informações confidenciais da Empresa; o objetivo disso é protegê-las contra divulgação não autorizada.

Consulte também **“Proteção e Confidencialidade das Informações”** na página 66.

Os funcionários das áreas de atendimento ao cliente, informática, vendas, distribuição, logística ou de outros departamentos com acesso frequente a informações pessoais do cliente têm responsabilidades especiais, de acordo com as **Corporate Personal Information Protection Rules**, para garantir o manuseio responsável dessas informações.



RESPOSTA

Desenvolver estratégias de marketing eficientes é uma prioridade fundamental. Isso também se aplica ao manuseio responsável de informações pessoais e ao cumprimento das leis pertinentes. O consentimento para utilização de informações pessoais normalmente se limita a uma finalidade específica. É necessário respeitar essas limitações antes de compartilhar dados pessoais. Esse procedimento demonstra integridade na forma como lidamos com nossos clientes. A Empresa pode responder também por determinadas obrigações legais relacionadas ao envio de informações pessoais para outros países, especialmente no que se refere a informações oriundas da União Européia.

O MODO CORRETO



- Acesse, utilize e mantenha informações pessoais fornecidas à Empresa apenas para finalidades de negócios legítimas. Siga as restrições relacionadas à forma como a Empresa pode utilizar tais informações.
- Siga os procedimentos da Empresa para compartilhamento de informações pessoais com terceiros ou fora do país (especialmente em relação à União Européia). Verifique se tais informações são compartilhadas apenas quando necessário e se o fornecedor dos dados em questão concedeu antecipadamente permissão para essa transferência.
- Proteja as informações pessoais que você adquirir ou acessar como se estivesse protegendo informações confidenciais da Empresa. Por exemplo, não deixe sem proteção arquivos ou registros contendo tais informações e não os forneça a colegas sem que haja uma necessidade de negócios legítima.
- Respeite os direitos do fornecedor dos dados às suas informações pessoais. Isso inclui o direito de examinar, modificar, destruir e revogar o consentimento de utilizar qualquer informação pessoal confiada à Empresa.
- Informe as situações em que houve divulgação indevida, perda ou modificação de informações confidenciais.
- Não compartilhe, divulgue, modifique ou danifique informações pessoais sem o consentimento do fornecedor, conforme requerido.
- Jamais transfira informações pessoais fora do país onde foram obtidas sem ter certeza de que esse procedimento é permitido pela legislação local do país.
- Não aceite informações pessoais de nossos parceiros sem compreender a finalidade que gerou a autorização para utilizá-las.
- Não deixe em seu computador informações pessoais desnecessárias ou não relacionadas ao trabalho. Se as informações estiverem relacionadas ao trabalho, apague-as imediatamente após concluir o trabalho.

ATENÇÃO

- Nem todas as informações pessoais são obtidas por meio de canais evidentes, como os sites da Empresa. Mesmo os documentos ou materiais comuns da empresa com os quais lidamos no dia-a-dia sem maiores pretensões podem incluir informações pessoais. É altamente recomendável apagar ou ocultar informações pessoais ao compartilhar esses documentos dentro ou fora da Empresa.
- Atente para:
 - Informações de contato e nomes de clientes incluídos nas transações diárias com nossos parceiros comerciais e fornecedores.
 - Questionários de pesquisa, registros de reclamações de clientes e demais dados utilizados em avaliações de marketing e na garantia da qualidade.
 - Dados ou informações pessoais em produtos devolvidos pelos clientes à Empresa, como celulares ou computadores.

A MELHOR EMPRESA

para os Nossos Funcionários

26	Ambiente de Trabalho Justo
29	Respeito nas Interações do Ambiente de Trabalho
32	Um Ambiente de Trabalho Saudável e Seguro

Acreditamos firmemente que pessoas são nosso bem mais valioso, e o respeito à criatividade e iniciativa individuais são o ponto fundamental para a criação de valor. O “Respecting Human Dignity” incorpora essas convicções e garante um ambiente de trabalho positivo onde a inovação pode florescer. Servimos melhor nossos clientes e nossos muitos stakeholders quando demonstramos respeito por nossos próprios funcionários e promovemos um ambiente de trabalho seguro, justo e diversificado.



CENÁRIO

Dois dos funcionários sob seu comando, um homem e uma mulher, se qualificam para uma promoção ao cargo de gerente. Ambos possuem o mesmo tempo de casa e experiência e formação semelhantes. O funcionário com o melhor histórico de desempenho é a mulher. Nunca houve muitas mulheres em seu departamento, muito menos no cargo de gerente. Você se pergunta se uma mulher será capaz de assumir essa responsabilidade em um departamento onde não é costume ter mulheres como gerentes.

Como criar o valor correto?

AMBIENTE DE TRABALHO JUSTO

Acreditamos que o "Respecting Human Dignity" se estende sem distinções a todos com quem trabalhamos. Decisões justas e imparciais sobre colocação profissional garantem oportunidades iguais; quando agimos dessa forma, podemos atrair, reter e desenvolver pessoas com mais facilidade, bem como promover diferentes idéias e habilidades. Essa prática nos ajuda a criar um ambiente de trabalho respeitoso e agradável, além de incentivar a inovação e a criatividade colocadas a serviço de nossos clientes e demais stakeholders.

NOSSO PADRÃO



Ao tomar decisões que envolvam colocação profissional, leve em consideração apenas questões de negócios legítimas e o desempenho e as habilidades das pessoas.

O MODO CORRETO

- Decisões sobre colocação profissional relacionadas a recrutamento, contratação, remuneração, benefícios, formação, promoção, atribuição ou reatribuição e programas sociais ou de lazer devem todas se basear nas necessidades da Empresa e nas qualificações pessoais.
- Se você tem a responsabilidade de tomar decisões sobre colocação profissional, certifique-se de compreender claramente os requisitos documentados de determinada função para ajudar a evitar decisões baseadas em julgamentos inadequados ou irrelevantes.
- Se você entrevista candidatos a determinadas funções, saiba quais perguntas são inadequadas ou potencialmente ilegais por sugerirem discriminação profissional. Por exemplo, em muitos países, não se deve perguntar sobre as crenças religiosas do(a) candidato(a) ou se ele(a) é casado(a) ou tem filhos. Em caso de dúvida, consulte o representante do departamento de recursos humanos ou o departamento jurídico para obter ajuda.
- Jamais demonstre preconceito contra outras pessoas com base em julgamentos inadequados sem nenhuma relação com o trabalho. Julgamentos inadequados podem incluir o seguinte:
 - Idade
 - Raça
 - Cor
 - Sexo
 - Religião
 - Nacionalidade ou país de origem
 - Orientação sexual
 - Deficiência física
 - Outras características não relacionadas ao trabalho

RESPOSTA

Você tem razão em estar preocupado com o sucesso futuro de seu departamento. Da mesma forma, o sucesso de seus funcionários e o trabalho que eles desempenham para a Empresa também é motivo de preocupação. O "Respecting Human Dignity" nos motiva a tratar as pessoas com base em suas qualificações e talentos e deixar de lado questões sem importância. Além disso, a seleção de pessoas capazes de nos ajudar a atingir essa meta deve ser orientada pelo nosso compromisso em servir o cliente. Selecione a pessoa mais bem qualificada para o trabalho e ajude-a alcançar sucesso de fato em sua nova função.





ATENÇÃO

- Seja cauteloso quando alguém sugerir que apenas pessoas de determinado sexo, idade ou formação ou educação são qualificadas para assumir funções específicas. Em alguns casos, o cargo pode incluir exigências específicas, como a capacidade de erguer materiais pesados. Exigências assim devem fazer parte da descrição formal do cargo e fazer sentido dadas as atividades da função. A descrição do cargo, porém, não deve ser tendenciosa quanto aos julgamentos inadequados listados no "Modo Correto".
- Suspeite de recomendações para admitir um contratado ou outro terceiro com base em julgamentos inadequados. O compromisso da Empresa em oferecer oportunidades iguais aplica-se a todas as pessoas que trabalham para a LG.
- Algumas unidades de negócios, departamentos ou grupos de trabalho podem ter políticas diferentes sobre práticas no ambiente de trabalho, como dias de ausência por doença ou licença-maternidade. Tais variações podem resultar de leis e práticas locais. Em todos os casos, essas políticas devem ser formuladas por escrito e satisfazer às exigências legais locais.
- Lembre-se que "diversidade" não diz respeito apenas à formação da pessoa, mas também às suas perspectivas e idéias. Incentive com entusiasmo a diversidade em todas as suas formas para ajudar a Empresa a promover um ambiente de inovação e de soluções criativas.



CENÁRIO

Você foi nomeado o novo gerente de um pequeno grupo de trabalho. Enquanto procura conhecer seus novos subordinados, você observa algumas pessoas despretensiosamente fazendo piadas ou outros comentários evidentemente inadequados para o ambiente de trabalho. Entretanto, aparentemente, nenhuma delas considera esse comportamento um problema. Algumas chegam a afirmar que é esse o jeito de eles se unirem como equipe. Você se sente indeciso sobre mudar a cultura de um time que parece jogar bem.

Como criar o valor correto?



RESPEITO NAS INTERAÇÕES DO AMBIENTE DE TRABALHO

Valorizamos o ambiente de trabalho onde todos os funcionários demonstram cordialidade entre si e onde as pessoas exibem respeito umas pelas outras em suas interações diárias. Essas interações deixam os colegas à vontade para apresentar novas idéias, questionar de maneira construtiva o pensamento vigente e trabalhar com a certeza de que os demais serão gratos por suas contribuições. Um ambiente de trabalho cordial proporciona às pessoas a oportunidade de fazer a diferença - isso nos impulsiona a criar soluções inovadoras para nossos clientes, atender melhor a todos os nossos stakeholders e alcançar maior satisfação pessoal e profissional.



NOSSO PADRÃO

Interaja com colegas e demais pessoas demonstrando respeito e estima e evite agir de maneira que possa ser considerada ofensiva ou hostil. Além disso, jamais constranja, insulte ou intimide um colega ou outro funcionário.

VOCÊ PRECISA SABER

A conduta inadequada pode incluir menosprezo a uma pessoa devido à sua idade, raça, cor, sexo, religião, nacionalidade ou país de origem, orientação sexual, deficiência física ou outras características pessoais.

Isso pode envolver:

- Palavras ditas às pessoas, como em comentários ou piadas, ou mesmo a forma de dizê-las.
- Gestos ou contatos físicos ou visuais.
- Uso de tecnologia, como o envio inadequado de mensagens de texto ou por telefone ou e-mails ou acesso a sites impróprios.

A conduta inadequada inclui também assédio sexual ou ações, comentários ou sugestões sexualmente tendenciosos e indesejáveis. Tais ações podem estar vinculadas a uma situação de trabalho (por exemplo, remuneração, promoção, atribuição de cargo) ou ao desejo ou recusa de determinada pessoa em se envolver em uma situação ou relacionamento sexual. Isso pode incluir qualquer conduta capaz de criar um ambiente de trabalho desconfortável para as demais pessoas.

Manifeste suas preocupações: Caso presencie ou seja vítima de alguma forma de assédio, denuncie o ocorrido ao seu gerente ou ao representante do Departamento de Recursos Humanos. A Empresa investigará imediatamente todas as denúncias e tomará as devidas providências corretivas. A Empresa proíbe severamente qualquer forma de retaliação contra pessoas que de boa-fé denunciarem possíveis condutas impróprias.



RESPOSTA

Como gerente, você tem a responsabilidade exclusiva de promover um ambiente de trabalho respeitoso. Isso inclui não apenas lidar com condutas inadequadas, mas também criar uma atmosfera onde não se tolere de forma alguma esse tipo de conduta. É importante ter a consciência de que nem sempre saberemos ao certo se alguém está sendo realmente constrangido ou molestado por algum tipo de conduta inadequada. Por esse motivo, o mais importante é determinar com convicção se a conduta é "inadequada", e não se as pessoas a consideram aceitável. O fato de que todos consideram comum determinado tipo de conduta inadequada não significa que ela deva ser aceita em seu grupo.



O MODO CORRETO

- Demonstre respeito e estima na forma como você interage com colegas e demais pessoas.
- Seja sensível à forma como as pessoas interpretam suas palavras e ações.
- Denuncie possíveis situações constrangedoras ou comportamentos inadequados de que você foi testemunha ao seu gerente ou ao representante responsável do Departamento de Recursos Humanos.
- Caso gereencie outros funcionários, seja especialmente cauteloso com comportamentos inadequados praticados por você mesmo ou pelas pessoas sob seu comando.
- Não se comporte diante dos demais de uma maneira que possa ser considerada ofensiva, embaraçosa, intimidadora, abusiva ou hostil, incluindo:
 - Comunicar-se com as pessoas proferindo piadas ou utilizando outros termos grosseiros.
 - Fazer gestos físicos ou visuais que afrontem as pessoas.
- Não utilize telefones, e-mail, computadores, acesso à Internet ou outro tipo de tecnologia para exibir ou divulgar conteúdo impróprio.
- Não permita que sua forma de agir crie um ambiente de trabalho hostil ou que induza uma pessoa a crer que ele ou ela deve se sujeitar a práticas sexuais para obter vantagens no trabalho.

ATENÇÃO

- Lembre-se que suas palavras podem chegar por acaso ou de alguma outra forma aos ouvidos das pessoas. Mesmo em conversas particulares com amigos, evite comentários inadequados ou considerados ofensivos.
- Cada região e país têm seus próprios costumes e formas ou comportamentos peculiares. Se você viaja ou trabalha em regiões fora de seu país de origem, procure compreender e assimilar essas diferenças. Esteja atento ao fato de que algo apropriado em seu país de origem pode não ser necessariamente apropriado em outro lugar.
- Compreenda que sua posição gerencial ou tempo de experiência podem afetar a aceitação de sua conduta por parte dos demais. Seja sempre cuidadoso no modo de agir e nas palavras em relação a pessoas de hierarquia mais baixa.
- Tenha cuidado quanto ao decoro de suas ações junto aos demais ao desempenhar suas funções na Empresa. Isso se aplica a homens e mulheres.



CENÁRIO

Nos seus anos de trabalho na Empresa, você jamais presenciou alguém doente ou ferido por causa do trabalho. Da mesma forma, uma vez que as leis de seu país não requerem precauções de segurança severas e o risco de penalidades regulatórias é baixo, você cogita a possibilidade de burlar algumas das normas aparentemente exageradas tendo em vista os padrões locais.

Como criar o valor correto?

UM AMBIENTE DE TRABALHO SAUDÁVEL E SEGURO

Excelentes oportunidades no ambiente de trabalho surgem quando priorizamos a saúde e segurança. Nosso compromisso com o "Respecting Human Dignity" significa assumir a administração de nosso ambiente de trabalho, demonstrando cuidado pelo bem-estar de todos aqueles que o compartilham conosco e pelo nosso próprio. Visto que o bem-estar de nossos colegas está em jogo, não nos limitamos a simplesmente cumprir leis; nossa responsabilidade e objetivos visam sempre a padrões rigorosos de saúde e segurança. Mantendo-se firmes em nossos compromissos, podemos prevenir qualquer acidente ou ferimento. Saúde e segurança são altas prioridades, e jamais devemos colocá-las em risco motivados por outros objetivos da Empresa.

NOSSO PADRÃO



Conduza suas ações, e incentive os colegas a assim fazê-lo, sempre com base na perfeita saúde e segurança do ambiente de trabalho, bem como de acordo com as leis, normas e princípios pertinentes a esse assunto.

VOCÊ PRECISA SABER

A Empresa tem o compromisso de aprimorar continuamente o seu desempenho em termos de saúde e segurança por meio da definição de políticas e procedimentos destinados a promover um melhor nível de saúde e segurança no ambiente de trabalho, atendendo, assim, aos padrões da indústria e demais requisitos regulatórios e legais locais. Esses esforços abordam riscos com potencial de causar danos aos funcionários ou aos nossos parceiros e à reputação de Empresa responsável conquistada pela LG. Procuramos promover práticas recomendadas em nossa cadeia de suprimentos e nos produtos e serviços oferecidos aos nossos clientes.

Para concretizar esses objetivos, cada gestão de negócios tem o dever de incentivar e ministrar treinamento suficiente aos funcionários a fim de satisfazer às expectativas de saúde e segurança da Empresa. Os funcionários e gerentes devem consultar os **Global EESH Codes** da Empresa para obter mais informações sobre essas expectativas e como atingi-las.



RESPOSTA

Como Empresa, temos orgulho do nosso excelente histórico de saúde e segurança. Temos todo o cuidado em tomar as devidas precauções e gerenciar com eficiência a saúde e a segurança; por essa razão, raramente somos vítimas de problemas. Isso não é sorte. É o nosso compromisso genuíno em promover o "Respecting Human Dignity", e isso inclui o cuidado com a saúde e a segurança - nossa e de outras pessoas. O Manual e Código de Segurança e Saúde no Ambiente de Trabalho (ESH) da Empresa representa nosso compromisso com a saúde e segurança, onde quer que trabalhemos. É importante observar estas normas, não importa quão simples ou irrelevantes elas pareçam ser. Lembre-se que mesmo a norma mais insignificante tem um propósito.



O MODO CORRETO

- Denuncie acidentes, ferimentos e quaisquer situações perigosas no ambiente de trabalho.
- Utilize equipamento de proteção, conforme exigido.
- Participe de treinamentos em saúde e segurança.
- Faça o registro preciso de dados e informe sobre operações que afetam a saúde e a segurança.
- Trabalhe juntamente com fornecedores e demais parceiros para promover a saúde e a segurança, deles e nossa, em nossos respectivos ambientes de trabalho.
- Jamais coloque a saúde e a segurança do ambiente de trabalho em risco para alcançar outros objetivos de negócios, mesmo os de alta prioridade. Em vez disso, discuta imediatamente a divergência com o seu gerente.
- Jamais inicie uma atividade se estiver em dúvida quanto aos procedimentos necessários para preservar a saúde e a segurança.

ATENÇÃO

- Acidentes de trabalho muitas vezes ocorrem com funcionários que estão há anos na Empresa, e não apenas com os recém-contratados. Portanto, permaneça atento à segurança, a fim de proteger a você mesmo e às demais pessoas. Não seja um péssimo exemplo para outras pessoas.
- Ao trabalhar com fornecedores e demais parceiros, conheça as práticas de saúde e segurança a serem seguidas nas operações em seus ambientes de trabalho.
- Seja prudente em observar se sua condição atual (isto é, falta de descanso, uso de medicamentos) pode colocar em risco a saúde e segurança de outras pessoas. Acidentes acontecem quando menos esperamos ou nos acomodamos em relação à segurança. Converse com o gerente caso não se sinta apto a trabalhar devido à sua atual condição.

NEGOCIAÇÃO JUSTA

com os Nossos Parceiros e com o Mercado

38	Responsabilidade na Obtenção de Informações sobre a Concorrência
41	Uso Correto de Informações de Terceiros
43	Concorrência Leal
45	Lidando com a Concorrência
48	Lidando com Parceiros Comerciais e Fornecedores
51	Comunicação Cautelosa
54	Respeito à Propriedade Intelectual de Terceiros
56	Não ao suborno e aos pagamentos indevidos

O sucesso de nossos serviços depende de nossa habilidade em atrair e estabelecer relacionamentos com nossos vários clientes, fornecedores, parceiros comerciais e contratados em todo o mundo. Imparcialidade, igualdade de oportunidades e "jogar de maneira limpa" são valores que norteiam nossas ações nas negociações com nossos parceiros e na conduta de nossa Empresa no mercado. Nosso compromisso incorpora esses valores. Construimos relações de respeito e confiança mútuos quando demonstramos nosso compromisso com a imparcialidade e a igualdade de oportunidades. Ao reconhecer o sucesso obtido apenas de maneira justa, garantimos um ambiente de trabalho corporativo onde a inovação e a criatividade colocadas à disposição de nossos clientes são recompensadas.



CENÁRIO

Ao entrevistar uma funcionária de uma empresa concorrente disputando uma vaga em nossa Empresa, ela apresentou a você materiais relacionados ao seu trabalho atual. Aparentemente, os materiais continham informações confidenciais da concorrência, que ajudariam grandemente seu departamento a competir. Não foi sua culpa a funcionária ter revelado essas informações. Você se pergunta se seria possível pedir-lhe para deixar os materiais "a fim de avaliá-la melhor".

Como criar o valor correto?

RESPONSABILIDADE NA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE A CONCORRÊNCIA

Para servir nossos clientes, é imprescindível compreender os mercados onde atuamos. Avaliamos informações sobre a concorrência e outras relacionadas ao mercado para identificar os interesses e necessidades de nossos clientes e descobrir maneiras pelas quais poderíamos desenvolver ou aprimorar nossos produtos e serviços. Por meio desses esforços, demonstramos integridade no respeito pelos direitos de nossos concorrentes, bem como pelas regras da concorrência leal que os protegem. A prova de que podemos jogar limpo é a forma de preservar nossa reputação como empresa de excelência e desempenho.

NOSSO PADRÃO



Utilize ou obtenha informações sobre o ambiente da concorrência apenas de fontes legítimas e das quais você tenha direito a acesso.

O MODO CORRETO

- Dependendo de fontes divulgadas ou amplamente disponibilizadas para obter informações da concorrência. Exemplos disso incluem relatórios de pesquisa, jornais e materiais de marketing, para citar alguns.
- Conscientize as fontes fornecedoras de informações confidenciais que aceitaremos informações dessa natureza apenas se obtidas de maneira legal.
- Mantenha conversas sobre as necessidades de nossos clientes atuais e futuros sob a condição de que estes nos forneçam apenas informações de natureza não-confidencial, a não ser quando houver autorização para acessar seu conteúdo.
- Instrua os novos funcionários sobre o dever de observar os termos de todo e qualquer acordo de confidencialidade legítimo ou obrigações semelhantes firmados com antigos empregadores ou demais terceiros.
- Se você contratar um antigo funcionário de uma empresa concorrente, não solicite a essa pessoa informações confidenciais sobre a concorrência.
- Não aceite informações sobre a concorrência diretamente de um concorrente. Isso não apenas se caracterizaria como uma forma ilegal de obter informações sobre a concorrência, como também o compartilhamento dessas informações com um concorrente insinuaria a existência de acordos ilegais entre as referidas empresas. Consulte também **"Lidando com a Concorrência"** na página 45.
- Jamais minta ou oculte sua verdadeira identidade para obter informações sobre a concorrência.
- Não recorra a um órgão de pesquisa, empresa de consultoria ou demais terceiros para se envolver em uma conduta inadmissível para você e a Empresa.
- Não solicite nem aceite informações sobre a concorrência fornecidas por um de nossos parceiros se você sabe que tais informações foram confiadas ao parceiro em estrita confidencialidade.

RESPOSTA

Nossa forma de competir não se baseia em informações não autorizadas, mas em nosso trabalho sério, idéias inovadoras e na habilidade de compreender as necessidades de nossos clientes. Talvez seja adequado discutir determinados assuntos com novos funcionários, tais como a experiência de trabalho destes e seu conhecimento profissional em geral. Entretanto, jamais peça para alguém revelar informações confidenciais pertencentes a outra empresa ou violar o dever de manter a confidencialidade dessas informações. Se você obteve acesso a informações confidenciais da concorrência, entre em contato com o departamento jurídico da LG para evitar insinuações de que você se valeu de meios escusos para chegar a tais informações.





ATENÇÃO

- Pondere antes de solicitar ou aceitar informações sobre um concorrente fornecidas por determinado agente, varejista, distribuidor ou consultor que esteja trabalhando atualmente para a Empresa, mas que no passado trabalhou para uma empresa concorrente. Procure orientação junto ao departamento jurídico.
- Seja cauteloso com agentes, varejistas, distribuidores ou demais terceiros que não estejam dispostos a discutir as formas pelas quais obtiveram informações sobre a concorrência. Isso pode sugerir que as fontes recorreram a práticas questionáveis.
- Seja cuidadoso com informações sobre a concorrência fornecidas de maneira inesperada por fontes anônimas. Antes de analisar o material, busque orientação do departamento jurídico.



CENÁRIO

Você encontrou em sua mesa de trabalho um pacote contendo material confidencial pertencente a um de nossos parceiros. Você está ciente de que nossos parceiros frequentemente compartilham informações sobre seus planos e produtos para promover novas linhas de negócios entre nossas empresas. As informações seriam extremamente úteis para seus planos de lançar um novo produto.

Como criar o valor correto?



USO CORRETO DE INFORMAÇÕES DE TERCEIROS

Integridade com nossos parceiros significa cumprir nossas promessas e demonstrar respeito pelos direitos e interesses comerciais desses parceiros. Assim como esperamos que outros respeitem os direitos sobre informações confidenciais da Empresa, procuramos agir do mesmo modo com as informações de nossos clientes, parceiros comerciais, fornecedores e demais parceiros.



NOSSO PADRÃO

Demonstre cuidado ao adquirir, utilizar e compartilhar informações de terceiros e observe as devidas diretrizes de uso.

O MODO CORRETO

- Seja cauteloso ao aceitar informações confidenciais de um possível concorrente, pois isso pode criar dificuldades sobre quem é o autor de determinada idéia.
- Solicite aos clientes e parceiros as condições de uso quando estes nos fornecerem informações confidenciais para fins comerciais.
- Ao compartilhar informações de terceiros, verifique se foram identificadas como pertencentes ao seu devido proprietário.
- Não se esqueça de sempre estabelecer um acordo de confidencialidade antes de aceitar informações confidenciais. Em caso de dúvida, consulte o departamento jurídico.
- Não utilize informações identificadas como confidenciais de terceiros sem ter conhecimento das diretrizes ou restrições que regem o seu uso.

ATENÇÃO

- Informe-se sobre as condições de uso acordadas pela Empresa ao aceitar informações confidenciais de parceiros. Verifique se a Empresa tem condições de atender a esses termos e se eles não impõem restrições imprevistas às nossas atividades de negócios, como restringir a Empresa de desenvolver algum produto ou conceito de negócio semelhante.
- Seja cauteloso com informações aparentemente não disponibilizadas ao público, não pertencentes à Empresa e sem indicações do titular dos direitos. Isso pode ser um indício de que foram obtidas ilicitamente de outra empresa. Não se limite a presumir que seus colegas já investigaram essas diretrizes.



RESPOSTA

Em caso de dúvida quanto à fonte das informações ou na ausência de indicações sobre que direitos temos em utilizá-las, é extremamente recomendável consultar o departamento jurídico. A aceitação de informações confidenciais pode exigir da Empresa o cumprimento de determinadas obrigações em relação ao parceiro; entretanto, nem sempre estaremos dispostos a acatar esses termos. Mesmo obtendo tais informações de maneira legal e com direitos à sua utilização, a Empresa demonstrará integridade e respeito por seus parceiros se analisar devidamente as condições e os direitos.



CONCORRÊNCIA LEAL

Reconhecemos a importância de um mercado competitivo onde as empresas são estimuladas a inovar para melhor servir nossos clientes e atender aos interesses da sociedade. As regras da concorrência leal viabilizam mercados fortes e competitivos; a observância dessas regras é essencial para preservar nossa capacidade de inovar e proporcionar valor aos nossos clientes. O cumprimento dessas leis traz benefícios não apenas para a sociedade, mas ajuda também a Empresa e nossos parceiros a proporcionar maior valor para o cliente. A Empresa tem o compromisso de acatar as leis sobre concorrência leal em todos os países em que atua. Dessa forma, nosso compromisso com a concorrência leal não apenas infunde confiança em nossos parceiros e consumidores, mas também contribui para fazer da LG uma empresa mais forte e mais inovadora.



Saiba que as leis da concorrência leal são bastante complexas e variam de jurisdição para jurisdição. Determinar a violação ou não dessas leis pode ser uma tarefa difícil. Alguns países implementaram regras cujo alcance legal se estende para além de suas fronteiras, e muitos outros agravaram as penalidades e ações de execução.

Caso o seu trabalho envolva vendas, marketing, P&D, planejamento da produção, contratação ou negociação de equipamentos ou materiais junto aos nossos fornecedores ou parceiros comerciais, você tem a incumbência **especial** de compreender a política de Concorrência Leal da Empresa e como ela se aplica ao seu trabalho. **Para obter mais informações, consulte as Diretrizes Globais de Concorrência Justa da Empresa.**

VOCÊ PRECISA SABER

De modo geral, as regras da concorrência leal restringem ou proíbem:

- Acordos ou entendimentos entre concorrentes - ou entre as empresas e seus clientes, parceiros comerciais ou fornecedores - que restrinjam a concorrência de maneira desleal.
- O abuso de poder, por parte das empresas, na cadeia de suprimentos ou no mercado a fim de obter vantagens desleais sobre outras empresas, especialmente nas relações com as de menor porte.
- Possíveis fusões, aquisições, empreendimentos conjuntos ou outro tipo de aliança que imponham obstáculos à concorrência leal sem análise ou aprovação prévias do governo ou dos órgãos regulatórios.

Todo aquele que infringir as regras da concorrência leal enfrentará graves penalidades criminais, incluindo condições severas de detenção e multas extremamente altas. Isso se aplica a todas as pessoas envolvidas em tais atos. De igual modo, as consequências são devastadoras para a Empresa, podendo resultar em multas corporativas de alto valor, processos judiciais coletivos de grande repercussão e restrições à forma como fazemos negócios no país aplicável. Por essas razões, a Empresa é extremamente cautelosa em relação a atividades de negócios com potencial de gerar problemas ou dificuldades.

Siga estas diretrizes para evitar problemas:

1. Exerça o bom senso empresarial – Tome decisões com base na avaliação objetiva de determinado problema e no exame cuidadoso dos fatos e opções disponíveis.
2. Informe o departamento jurídico caso receba sugestões de um concorrente para agir de maneira ilegal.
3. Busque ajuda em caso de dúvida sobre a atitude ideal a tomar.
4. Mantenha o departamento jurídico informado sobre comunicados recebidos de autoridades executivas. Não envie quaisquer documentos ou materiais sem a aprovação do departamento jurídico.



CENÁRIO

Um dos parceiros comerciais da Empresa nos pede para vender a um preço extremamente baixo. Esse comprador não mudará de idéia e alega que nosso concorrente não apenas vendeu pelo preço sugerido como também essa foi sua oferta inicial. Em sua opinião, porém, a não ser por uma mudança significativa e desagradável no mercado da qual você não tem conhecimento, é altamente improvável que essa sugestão partiu do concorrente. Você decide, então, entrar em contato com o concorrente para confirmar o preço e a história do parceiro.

Como criar o valor correto?



CONCORRÊNCIA LEAL: LIDANDO COM A CONCORRÊNCIA

Queremos ser respeitosos para com nossos concorrentes e evitar situações que insinuem interações inadequadas. De modo geral, as relações entre a concorrência podem gerar problemas relacionados à lealdade como ela é conduzida. Nosso dever básico é servir o cliente. Para servi-lo, é necessário observar as normas que impulsionam nosso sucesso e inovação contínuos em um mercado forte e competitivo.



NOSSO PADRÃO

Não firme contratos, acordos ou entendimentos formais, informais ou implícitos com um concorrente sem a aprovação do departamento jurídico. Procure orientação adequada antes de levar a Empresa a se envolver nos negócios de determinado concorrente. Os órgãos reguladores podem interpretar isso mal e considerar a manobra anticompetitiva.

VOCÊ PRECISA SABER

Acordos inadequados não se limitam exclusivamente a preços praticados com o consumidor. Os acordos podem abranger qualquer aspecto capaz de influenciar o preço ou a opção do cliente, tais como:

- Fixação de preços - Acordo sobre qualquer forma de cotação proposta a parceiros comerciais ou clientes, incluindo, por exemplo, o uso de fórmulas para cotações, descontos ou abatimentos, ou acordos sobre os preços a serem pagos aos fornecedores.
- Cartéis em licitações - Acordo sobre como conduzir licitações com clientes ou parceiros comerciais, isto é, acordo sobre preços e demais condições a serem incluídas em uma proposta de licitação. Normalmente, isso é feito de maneira que um concorrente vença uma oportunidade de negócio e outro vença a seguinte.
- Acordos de operação, produção ou distribuição - Acordo sobre níveis ou outras limitações de fabricação ou distribuição de produtos ou acordos sobre outras atividades operacionais.
- Distribuição de mercado, território ou clientes - Acordo para divisão de mercados, territórios ou clientes a fim de reduzir a concorrência em cada situação.
- Boicotes coletivos - Acordo de não negociar com determinadas pessoas ou grupos de clientes, distribuidores ou fornecedores, ou seja, até que o grupo concorde em praticar preços mais favoráveis ou outras condições.

Não se deve cumprir ou mesmo firmar acordos de boa-fé se houver ilegalidade em suas finalidades. Mesmo tentativas malsucedidas de se chegar a um acordo, o qual nenhuma das partes tinha intenção de honrar, podem ser interpretadas como uma trama para burlar a lei da concorrência leal.



RESPOSTA

Compartilhar informações sobre preços com a concorrência nunca é a solução ideal; pior ainda, é ilegal em muitos países. Devemos competir sempre com base em nossas próprias decisões sobre preços e, acima de tudo, com base no valor real proporcionado por nossos produtos e serviços aos clientes. Precisamos avaliar a competitividade de nossos preços recorrendo a dados obtidos legalmente.



O MODO CORRETO

- Evite o agrupamento de concorrentes sem uma finalidade de negócios específica ou uma pauta definida contendo assuntos legítimos para discussão.
- Se a discussão entre um grupo legítimo de concorrentes se desviar para questões como preços ou outros assuntos arriscados:
 - Declare abertamente que esse tipo de discussão contraria a política da Empresa.
 - Abandone a discussão e certifique-se de que seu manifesto e retirada foram devidamente protocolados.
 - Informe imediatamente o problema ao departamento jurídico.
- Não compartilhe informações específicas com um concorrente sem aprovação do departamento jurídico ou aprovação "global" para troca regular de informações. Por exemplo, não compartilhe:
 - Preços
 - Produtos
 - Listas de clientes
 - Territórios de vendas
 - Condições de crédito

ATENÇÃO

- Evite discussões, troca de informações ou outro tipo de comunicação com um concorrente. Mesmo as mais inocentes interações podem ser mal interpretadas e colocar a reputação da Empresa em risco.
- Determinadas atividades entre concorrentes, tais como empreendimentos conjuntos ou programas de pesquisa, são adequadas quando o objetivo é atender a um cliente de uma forma impossível para as empresas isoladamente. No entanto, busque sempre orientação do departamento jurídico mesmo antes da primeira discussão sobre acordos desse tipo com o concorrente.



CENÁRIO

Nossa Empresa é cliente exclusiva de determinado fornecedor. Em nosso relacionamento, tivemos algumas discordâncias interpretadas pelo fornecedor como injustiças. Entretanto, para a Empresa, a relação não está sendo proveitosa e você pretende rompê-la.

Como criar o valor correto?

CONCORRÊNCIA LEAL: LIDANDO COM PARCEIROS COMERCIAIS E FORNECEDORES

A concorrência leal envolve a forma como interagimos com nossos concorrentes e fornecedores, parceiros comerciais, contratados e demais parceiros. Acima de tudo, nossas relações devem se concentrar no atendimento ao cliente e no trabalho eficiente junto aos nossos parceiros, sem restringir de forma desleal o comércio justo. Para alcançar esse objetivo, procuramos incansavelmente estabelecer confiança e colaboração mútuas com nossos parceiros, garantindo a eles igualdade de oportunidades e demonstrando imparcialidade e transparência em todas as nossas transações de negócios.

NOSSO PADRÃO



Demonstre imparcialidade e integridade em todas as nossas relações com parceiros comerciais, fornecedores e demais parceiros. Use cautela quando informar preços sugeridos aos nossos canais ou ao estabelecer termos e condições com os nossos fornecedores. Os órgãos reguladores podem interpretar isso mal e considerar a manobra anticompetitiva.

VOCÊ PRECISA SABER

Atividades inadequadas que suscitam preocupações em nossos parceiros podem incluir:

- **Recusa em negociar** - Não negociar com um parceiro antigo ou em potencial sem motivo legítimo. Esse tipo de conduta pode insinuar uma tentativa entre a Empresa e o concorrente de se apropriar de clientes.
- **Exploração desleal de uma posição de negociação privilegiada** - Valer-se da posição privilegiada da Empresa em relação a um fornecedor ou parceiro comercial para pressionar preços injustos, recusar ou retardar execuções de pagamento, impor metas de vendas, restabelecer condições de negócios, interferir na gestão ou praticar outras ações desleais.
- **Discriminação de preços ou de subsídio** - Definir preços em relação a determinados parceiros comerciais fora da estrutura de preços normalmente aplicada e sem motivo justificável. Aplica-se aqui também o fornecimento de suporte não-financeiro.
- **Negociação exclusiva com determinados parceiros ou regiões** - Definir condições que restrinjam de maneira desleal a liberdade de negociação de nossos parceiros. Isso inclui negociar somente sob a condição de que nosso parceiro não faça negociações com um concorrente e defina regiões de vendas exclusivas.
- **Manutenção do preço de revenda** - Exigir que um parceiro comercial venda os produtos da Empresa a um preço determinado, encerrar as vendas com o parceiro em questão devido à sua decisão em praticar os preços vigentes ou penalizar um parceiro comercial por manter os preços de revenda com base em reclamações de outro parceiro.
- **Vendas casadas e vendas de serviços** - Exigir que um parceiro venda ou compre da Empresa para que ela aja de forma recíproca, firmando acordos no varejo ou com produtos específicos não relacionados.
- **Preços predatórios** - Definir preços excessivamente baixos com parceiros comerciais ou clientes, isto é, abaixo do custo, ou comprar a preços excessivamente altos com fornecedores, para afastar a concorrência.

Para saber mais sobre os nossos princípios e padrões ao lidar com parceiros, consulte a LG Electronics Procurement Policy.

RESPOSTA

A Empresa tem o direito de escolher seus próprios parceiros. Ao mesmo tempo, procuramos empreender todos os esforços necessários para ajudá-los a ser bem-sucedidos. Desde que nossas decisões se baseiem em dados reais e no bom senso, muito provavelmente não teremos dificuldades em lidar com as regras da concorrência leal. Faça um esforço genuíno para convencer o fornecedor de que esta decisão foi tomada de maneira justa e racional. Da mesma forma, verifique se é possível documentar sua decisão com base no desempenho do fornecedor. É extremamente recomendável analisar a situação junto ao departamento jurídico antes de romper vínculos com o fornecedor.





O MODO CORRETO

- Antes de estabelecer novos padrões de preços para compra ou tomar outras decisões sobre como a Empresa negociará com parceiros, analise o "Goodbook": Política Global de Compras da Empresa a fim de evitar negociações injustas em razão dos planos propostos.
- Reúna-se com o departamento jurídico para analisar novas estratégias de marketing, promocionais ou de preços que possam diferenciar a Empresa de seus parceiros.
- Transmita com clareza nossos motivos, padrões ou critérios de decisão nas situações que envolvam alterações significativas em preços, volumes ou outras condições de nossas relações comerciais. Certifique-se de esclarecer aos parceiros que a Empresa adota critérios justos e objetivos ao tomar suas decisões.
- Utilize tais critérios para tomar decisões envolvendo parceiros concorrentes ou para romper o vínculo com um parceiro com quem mantemos relações de negócios no momento. Da mesma forma, tenha o cuidado especial em providenciar evidências documentadas atestando que tal decisão foi tomada de maneira racional e legítima.
- Nunca pressione nossos parceiros comerciais a adotarem preços específicos de varejo durante a venda. Os preços de varejo podem ser sugeridos, mas qualquer tipo de ameaça ou implicação de rescisão contratual, incentivos ou aplicação de penalidades podem representar ofensa às leis da concorrência.
- Não se reúna com dois ou mais parceiros comerciais ao mesmo tempo para discutir questões que possam prejudicar a concorrência, tais como escolha de parceiros comerciais ou divisão de regiões.
- Não estabeleça acordos ou entendimentos que possam violar o espírito de concorrência leal sem antes analisar o assunto com o departamento jurídico.

ATENÇÃO

- Contratos, acordos ou entendimentos estabelecidos pela Empresa com seus parceiros podem incluir condições que a induzam a violar seus padrões ou outras exigências legais.
- Algumas vezes, os parceiros da Empresa podem ser também seus concorrentes. Nessas situações, a dificuldade em aplicar os padrões da concorrência leal é maior; por essa razão, consulte o departamento jurídico.
- Observe especialmente os exemplos em que um parceiro de menor porte depende grandemente de nossa Empresa. Nesses casos, muito provavelmente as ações movidas contra o parceiro poderão ser consideradas como abuso de nossa posição na cadeia de suprimentos.
- A recusa em estabelecer negócios em potencial com determinado parceiro sem razões convincentes poderá levar as autoridades responsáveis pela concorrência leal e a empresa preterida a suspeitar que a Empresa esteja tramando apropriar-se de clientes ou tentando fortalecer de maneira abusiva sua posição dominante.



CENÁRIO

Após conversar com um parceiro comercial, você está convicto de que determinado competidor aumentará seus preços em breve. Você conclui se este não seria um bom sinal para a Empresa aumentar também seus preços. Assim, você pensa em escrever para o seu gerente recomendando que "a Empresa aumente seus preços, pois, no seu entender, a concorrência está fazendo o mesmo".

Como criar o valor correto?



CONCORRÊNCIA LEAL: COMUNICAÇÃO CAUTELOSA

Comunicações internas e externas são também uma forma de a Empresa demonstrar seu compromisso para com a concorrência leal. Nossas palavras, faladas ou escritas, definem o modo como competimos e refletem o empenho da Empresa em garantir ações dentro das regras da concorrência leal. Nosso compromisso é evitar até mesmo a aparência de violação à concorrência leal. A forma como transmitimos o que a Empresa faz deve incorporar o princípio da concorrência leal.



NOSSO PADRÃO

Seja sempre cauteloso com os comunicados verbais e escritos da Empresa relacionados a questões sobre concorrência leal e jamais dê a impressão de que a Empresa se interessa por negociações associadas à concorrência desleal.

VOCÊ PRECISA SABER

Os comunicados da Empresa se apresentam de várias formas, e todas contribuem para promover ou prejudicar a reputação da Empresa. Esses comunicados incluem, por exemplo:

- Memorandos escritos, e-mails, anotações em blocos de papel e mensagens instantâneas.
- Apresentações formais a parceiros, clientes, fornecedores, à administração e a colegas.
- Declarações feitas em uma reunião com parceiros, encontros da indústria ou coletiva de imprensa ou mesmo em conversas informais.



RESPOSTA

Solicitar ao cliente informações sobre preços praticados pelo concorrente e obter informações de mercado junto a terceiros, como órgãos de pesquisa, é uma prática legal e conveniente para o departamento de vendas ou outros funcionários. Inconveniente é obter essas informações diretamente do concorrente. Comunicações envolvendo informações confidenciais dessa natureza devem ser precisas quanto à origem das informações propriamente ditas, de modo a evitar suspeitas sobre a forma como foram obtidas. Neste caso, as informações foram obtidas de maneira adequada, porém o memorando enviado ao gerente sugere que você as obteve de maneira inadequada, isto é, diretamente do concorrente. É necessário reformular corretamente a mensagem.



O MODO CORRETO

- Atente para as normas aplicadas à concorrência ao comunicar informações sobre a Empresa e suas atividades, seja de forma verbal ou escrita.
- Presuma que todos os comunicados da Empresa passarão pelo crivo das autoridades legais.
- Evite linguagem ambígua que possa gerar impressões equivocadas das atividades da Empresa no campo da concorrência.
- Evite comentários sobre tendências da indústria, como preços, que poderiam insinuar a existência de um acordo entre a Empresa e seus concorrentes.
- Identifique em seus documentos escritos a fonte de informações sobre a concorrência para demonstrar que você as obteve de maneira conveniente. Consulte também **“Responsabilidade na Obtenção de Informações sobre a Concorrência”** na página 38.
- Jamais menospreze concorrentes ou seus produtos ou serviços. Toda comparação entre produtos e serviços deve ser genuína e apoiada por evidências. Consulte também **“Marketing Responsável”** na página 12.
- Não utilize termos que suscitem impressões equivocadas sobre nossa forma de abordar o tratamento com concorrentes. Veja, a seguir, alguns termos que merecem atenção:
 - “Afastar concorrentes”
 - “Prejudicar a concorrência”
 - “Nós dominaremos o mercado”
 - “Colaborar com a concorrência”
 - “Temos um entendimento em comum” com a concorrência

ATENÇÃO

- Observe as normas legais ou demais exigências sobre a preservação de comunicados da Empresa relacionados a processos judiciais, solicitações regulatórias ou outras ações legais, mesmo quando os procedimentos de preservação da Empresa determinarem a destruição do material. A destruição inadequada desses comunicados pode trazer sérios problemas para a Empresa.

Consulte também **“Correta Manutenção e Retenção dos Registros”** na página 75.



CENÁRIO

Graças ao sucesso de uma campanha publicitária que contou com a participação de uma celebridade famosa, um produto da Empresa vendeu incrivelmente bem no exterior. A celebridade é bem conhecida em nosso país também, por isso você acredita que a reutilização do material publicitário aqui na sua região de trabalho será uma forma barata e eficiente de impulsionar as vendas. Você sabe que a Empresa adquiriu os direitos de publicidade da celebridade, portanto, a única coisa a fazer é reelaborar o material para ajustá-lo ao idioma e estilo de seu país.

Como criar o valor correto?

RESPEITO À PROPRIEDADE INTELECTUAL DE TERCEIROS

Concorrer de maneira leal significa demonstrar respeito pelos direitos de propriedade intelectual de terceiros. Assim como esperamos que estes respeitem nossa propriedade intelectual, também demonstramos integridade quando respeitamos "sua" propriedade intelectual e exercemos cautela ao desenvolver nossas próprias idéias. Em uma empresa de alta tecnologia, onde boas idéias devem ser desenvolvidas rapidamente de modo a nutrir a competitividade, a maneira como demonstramos respeito pelos direitos de propriedade intelectual de terceiros ressalta nosso compromisso para com esses princípios.



NOSSO PADRÃO

Demonstre respeito pelos direitos de propriedade intelectual de terceiros. Informações ou materiais desse tipo devem ser usados apenas se nos forem concedidos direitos para assim fazê-lo, como permissão do proprietário.

O MODO CORRETO

- Averigue se os materiais, as informações, a mídia (como figuras, áudio e vídeo) ou outros conceitos adquiridos pela Empresa ou a serem utilizados por ela não pertencem, por acaso, a terceiros. Em caso positivo, faça um levantamento dos requisitos para utilização dessas informações.
- Não utilize design, tecnologia, mídia ou informações pertencentes a outra empresa ou pessoa sem obter permissão para tal.
- Certifique-se de assimilar as condições e os termos de propriedade intelectual autorizados pela Empresa para nossa utilização.
- Jamais utilize ou compartilhe sigilos comerciais de terceiros não obtidos por você ou pela Empresa de forma legal.

ATENÇÃO

- Verifique cuidadosamente se a tecnologia presente em componentes distribuídos pelos fornecedores da Empresa para utilização em nossos produtos finais não é propriedade intelectual de terceiros.
- Tenha cuidado com figuras, áudio, vídeo e outros tipos de mídia que, à primeira vista, parecem ser material disponibilizado gratuitamente na Internet. Não conclua que esse material está disponível sem licença para utilização.
- Além disso, tenha cuidado ao usar código-fonte aberto. Embora o código-fonte aberto possa ser copiado e/ou incorporado em nossos produtos de software, lembre-se de que, na verdade, essa utilização é permitida com base em condições específicas de licenciamento (como abrir nosso próprio código-fonte).
- É necessário compreender a natureza dos materiais encaminhados por colegas via e-mail; estes são, provavelmente, propriedade intelectual de terceiros, e a forma como podem ser usados ou compartilhados é, portanto, restrita. Via de regra, considere artigos, relatórios de pesquisa e outros documentos publicados como propriedade intelectual de terceiros.

Para saber mais, consulte nossos **Patent Operations Management Principles** e a **Software Compliance Policy**.

Consulte também **“Proteção da Propriedade Intelectual da Empresa”** na página 69.



RESPOSTA

Queremos honrar e respeitar os direitos de propriedade intelectual de terceiros - isso diz respeito não apenas aos nossos concorrentes, mas também aos nossos parceiros. Inclui, também, a permissão de realizar ou não pesquisas de acordo com o entendimento firmado com nossos parceiros. Praticamente todas as licenças para publicidade têm limitações em termos de área geográfica, e é importante ter conhecimento desse fato. A confiança de nossos parceiros é conquistada quando utilizamos seus direitos de propriedade intelectual com zelo e prudência.



CENÁRIO

Uma remessa contendo importantes matérias-primas foi retida por várias semanas na alfândega.

As autoridades alfandegárias não forneceram explicações sobre o atraso.

Apesar do nosso empenho, é difícil entrar em contato com a autoridade responsável para que o problema seja resolvido.

Então, você é abordado por um "agente alfandegário" que alega conseguir a liberação da remessa amanhã, caso você deixe tudo nas mãos dele.

Como criar o valor correto?

NÃO AO SUBORNO E AOS PAGAMENTOS INDEVIDOS

Nosso compromisso com o Jeong-Do Management e com o princípio de "Jogar de maneira limpa" exige que demonstremos os mais altos padrões de integridade e transparência em nossas transações com os clientes, os parceiros e a comunidade.

Ao agir dessa forma, todos nós realizamos nossas operações de maneira leal e transparente, sem jamais usar subornos ou outros meios impróprios para alcançar nossos objetivos

NOSSO PADRÃO



Não importa onde façamos negócios; não ofereça nem prometa suborno e não faça solicitações para conseguir vantagens indevidas

VOCÊ PRECISA SABER

'Suborno' significa fornecer, prometer ou oferecer dinheiro ou itens de valor a uma autoridade vigente com a intenção de influenciá-lo, de maneira corrupta, a obter, reter ou garantir negócios ou qualquer tipo de vantagem indevida

- **'Autoridade'** refere-se não apenas a representantes de instituições governamentais, mas inclui também funcionários e agentes de empresas privadas, representantes de partidos políticos, candidatos a cargos políticos e autoridades de organizações públicas/filantrópicas com cargos equivalentes a entidades do governo (Além disso, observe que, mesmo que o recebedor não seja uma autoridade, continua sendo ilegal oferecer dinheiro ou itens de valor em troca de influências para obter vantagem)
- **'Itens de valor'** não incluem apenas pagamentos em dinheiro, presentes, refeições e entretenimento, mas também o reembolso de despesas, descontos pela compra de produtos ou serviços, promessas de emprego e, até mesmo, favores pessoais
- **'Vantagens comerciais'** envolvem privilégios em relação a transações alfandegárias, impostos, vistos, aprovações do governo e, também, aquisição de novas oportunidades comerciais por meio de licitações etc.

Suborno é uma violação criminal muito grave em todos os países onde operamos, e as penalidades podem ser rigorosas tanto para o indivíduo como para a Empresa. Os países não apenas punem a corrupção doméstica como também processam atividades de suborno em países estrangeiros por meio de aplicação de jurisdição extraterritorial. Por exemplo, países como os Estados Unidos atribuem penalidades anticorrupção severas a empresas estrangeiras devido a uma única transferência bancária realizada em um banco norte-americano ou a um e-mail que tenha passado por um servidor localizado no país. Mesmo que, no país onde você opera, seja comum oferecer suborno, não pense que essa é uma atividade permitida ou segura.

Mesmo que um agente nosso ou um funcionário de uma joint-venture se envolva em um ato de suborno, a Empresa ainda poderá ser responsabilizada.



RESPOSTA

Ao considerar a contratação de consultores ou empresas de despachantes para resolver problemas jurídicos ou administrativos com o governo local, esteja ciente do risco de eles usarem o suborno ou outros meios ilícitos. É importante lembrar que seremos responsabilizados não somente pelas nossas ações, mas também pelas ações de terceiros que atuem em nosso nome.



O MODO CORRETO

- Ao contratar um consultor ou empresas de despachantes para lidar com problemas de ordem governamental, como alfândega, impostos, vistos de entrada e aprovações:
 - Verifique se o profissional terceirizado tem alguma relação familiar ou de outro tipo com a autoridade em questão
 - Analise se o preço cobrado pelo profissional é razoável e se as despesas individuais envolvidas são necessárias para a realização de seu trabalho
- Certos itens promocionais sem grande valor, refeições simples e entretenimentos ocasionais podem ser fornecidos como forma de cortesia e parceria. Entretanto, tais refeições, presentes e formas de entretenimento:
 - Devem ser incontestavelmente justificáveis para que não sejam considerados ostensivos nem façam com que o recebedor se sinta na obrigação de retribuir ao gesto
 - Devem ser oferecidos de forma aberta e transparente a fim de evitar qualquer probabilidade de mal-entendido por pagamento indevido
- Ao reembolsar viagens e outras despesas de autoridades, ofereça arcar apenas com as despesas necessárias para a realização das operações governamentais justificadas, como eventos de promoção de produtos etc.

ATENÇÃO

- Caso você tenha contratado um especialista independente local para resolver problemas jurídicos, tributários, alfandegários ou de aprovação do governo, verifique se ele tem envolvimento com subornos ou outras atividades ilícitas para benefício da Empresa. Seja prudente com:
 - Especialistas que tenham sido recomendados pela autoridade em questão, ou que tenha laços familiares com ele; Especialistas cuja única qualificação seja um breve contato anterior com a autoridade em questão
 - Especialistas que sugiram manter seu contrato de serviço sob sigilo ou que recusem assinar cláusulas que proíbam o suborno.
 - Comissões não justificáveis ou solicitação de despesas; Faturas suspeitas ou que não contenham informações suficientes; Solicitações de despesas mal documentadas
 - Especialistas (ou autoridades) que exigem que as despesas sejam pagas em um outro país, a um terceiro, em dinheiro, ou de qualquer forma que dificulte a comprovação de sua origem sem uma justificativa razoável
 - Quando fizer negócios que tenham grande envolvimento do governo (como do setor imobiliário ou transações de segurança), caso a autoridade em questão solicite tratar diretamente com o especialista
- Até mesmo ao fazer contribuições de caridade para uma organização particular, se o diretor da organização for oficial do Estado (ou equivalente a) ou se a contribuição for feita por exigência de uma autoridade, isso poderá ser considerado suborno, dependendo da situação

PREOCUPAÇÃO

com as Nossas Comunidades

62	Proteção do Meio Ambiente
65	Transações Internacionais com Responsabilidade

Uma parte significativa do sucesso da Empresa é fruto de nossas boas relações de camaradagem. As comunidades onde vivemos e trabalhamos nos proporcionam material humano, um ambiente criativo e respeito - elementos tão essenciais à nossa prosperidade. Em retribuição, continuaremos desempenhando nosso papel de bom vizinho corporativo. O compromisso da Empresa é permanecer sensível às expectativas de nossas comunidades e definir e atingir metas e padrões ativamente para tornar a vida dos que vivem ao nosso redor mais confortável.



CENÁRIO

Uma empresa de processamento de resíduos que trabalha para a LG há muito tempo o abordou para propor a ampliação do acordo comercial combinado entre ela e você. Apesar de oferecer serviços mais abrangentes, o preço por eles proposto parece bom demais para ser verdade. Contudo, você está ciente de que esse acordo pode ser uma mão na roda em termos de economia e, independentemente de haver algo questionável envolvendo a negociação, a outra empresa, e não a LG, seria responsável por fazer algo de errado. Pensando assim, você analisa o acordo.

Como criar o valor correto?

PROTEÇÃO DO MEIO AMBIENTE

A Empresa tem demonstrado de forma consistente seu compromisso para com a proteção do meio ambiente. Para nós, um problema simples hoje pode amanhã ter impactos devastadores e extensivos sobre as comunidades locais. Nosso cuidado com as comunidades onde vivemos e o meio ambiente nos impulsiona a avaliar cuidadosamente a questão da proteção do meio ambiente. A Empresa tem o compromisso de agir com responsabilidade em relação à forma como nossas operações impactam o meio ambiente, bem como garantir a mesma atitude por parte de nossa cadeia de suprimentos.

NOSSO PADRÃO



Conduza todas as operações da Empresa de forma a demonstrar nosso compromisso para com a proteção ambiental, especialmente em relação às operações de fabricação e produtos de nossos fornecedores.

VOCÊ PRECISA SABER

A empresa é fortemente comprometida com a proteção ambiental, incluindo design e embalagens ecologicamente corretas, programas ecológicos e iniciativas de avaliação do ciclo de vida dos produtos. A Empresa publica anualmente em seu Relatório de Sustentabilidade informações sobre o avanço de suas iniciativas ambientais em relação às suas metas.

Nossa responsabilidade para com o meio ambiente deve ser reconhecida nos termos dos Padrões Globais da Empresa, mesmo quando houver disparidade entre os regulamentos locais e o grau de compromisso da Empresa. A cada dia surgem novos regulamentos ambientais, mas os danos ao meio ambiente perduram por muito tempo. Em outras palavras, ainda que a legislação atual não censure o impacto causado pela Empresa ao meio ambiente, padrões muito mais rigorosos fatalmente o julgarão no futuro.

Para saber mais sobre o nosso sólido compromisso com o meio ambiente, consulte:

- **Corporate Principles On Eco-Friendly Products**
- **Standards of Hazardous Substance Management for LGE Products**
- **Global EESH Codes**
- **Business Partner Eco-Friendliness Certification Standards**

RESPOSTA

Gerenciar custos envolve muito mais do que simplesmente benefícios de curto prazo. Nossa responsabilidade ambiental se estende por toda a cadeia de suprimentos e inclui nossas comunidades locais; dessa forma, garantimos que nenhum deles será impactado de maneira prejudicial pela Empresa. Essa é a razão pela qual devemos estar prevenidos contra negociações ou atividades questionáveis realizadas por nossos parceiros cujos resultados possam prejudicar a Empresa ou nossos stakeholders a longo prazo.





O MODO CORRETO

- Apresente ao seu gerente qualquer preocupação com o meio ambiente relacionada a aspectos do seu trabalho na área de desenvolvimento de produtos.
- Se você gerencia operações com impacto sobre o meio ambiente, siga os programas e procedimentos da Empresa a fim de:
 - Definir objetivos mensuráveis para reduzir o impacto das operações sobre o meio ambiente.
 - Acompanhar e analisar a evolução das iniciativas voltadas a esses objetivos, tais como avaliação dos dados de desempenho ambiental.
- Acompanhe as alterações nos regulamentos ambientais locais. Certifique-se de que essas alterações sejam imediatamente divulgadas ao departamento de Segurança e Saúde no Ambiente de Trabalho da Empresa; desse modo, haverá tempo suficiente para a Empresa fazer ajustes em nossos produtos e operações.
- Não permita que os objetivos relacionados à proteção do meio ambiente sejam relegados devido a mudanças nas operações da Empresa ou mesmo em virtude de novas operações.
- Não ignore atividades questionáveis praticadas por fornecedores, contratados ou mesmo parceiros comerciais simplesmente porque eles não fazem parte da Empresa. Informe ao seu gerente ou ao departamento de Segurança e Saúde no Ambiente de Trabalho da Empresa a existência de operações realizadas por determinado parceiro a serviço da Empresa em desacordo com as exigências ambientais regulatórias ou legais.

ATENÇÃO

- Todos os aspectos do design de produtos da Empresa, contratação de matéria-prima, fabricação, marketing, distribuição e descarte exercem impacto sobre a proteção do meio ambiente. Mesmo que você desempenhe funções na Empresa não diretamente relacionadas a alguma dessas atividades, avalie o modo como seu trabalho influencia qualquer uma delas e a responsabilidade da Empresa para com o meio ambiente.
- Mantenha-se informado sobre se nossos parceiros atendem às exigências de conformidade ambiental. Mesmo que o parceiro possua certificação como ecologicamente correto, ainda assim a Empresa deve considerar a possibilidade de monitorar suas atividades de negócios ou os produtos a nós fornecidos para constatar se o parceiro honra sua certificação.



CENÁRIO

O departamento onde você trabalha importa grandes quantidades de produtos tecnológicos que não se enquadram necessariamente nas categorias de classificação tradicionais. Você sempre submete suas idéias sobre como esses itens deveriam ser classificados à agência aduaneira do governo local. Entretanto, leva semanas para que eles enviem uma resposta. Isso causa atrasos nas importações do seu grupo de trabalho. Normalmente, a agência aduaneira aprova sempre suas idéias, por isso você analisa se há grandes problemas em aguardar várias semanas pela aprovação antes de finalizar os documentos de importação de determinado produto.

Como criar o valor correto?



TRANSAÇÕES INTERNACIONAIS COM RESPONSABILIDADE

Na qualidade de empresa global, nossas transações internacionais afetam não apenas os clientes, mas também as comunidades em todo o mundo onde realizamos operações comerciais. Compreender e observar os regulamentos locais para proteção dos direitos internacionais e de segurança de cada país é uma das formas pela qual demonstramos preocupação com as comunidades de quem obtemos suporte em todos os lugares onde trabalhamos.



NOSSO PADRÃO

Se o seu trabalho envolve o transporte de materiais ou produtos entre países, informe-se sobre os requisitos de importação, exportação, embargo ou boicote dos países com os quais você realiza transações. Informe-se também sobre quaisquer restrições específicas relacionadas à retirada de equipamento confidencial ou à transmissão de informações confidenciais a pessoas que não sejam naturais do país.

VOCÊ PRECISA SABER

Particularmente, é necessário que os funcionários que trabalham diretamente com importações e exportações conheçam e compreendam os requisitos e demais políticas e procedimentos da Empresa a fim de garantir a conformidade com as leis do comércio internacional.

Controles comerciais envolvem o seguinte:

- Importações englobam exatidão de documentos, embalagem no país de origem, classificação de produtos e declarações de valores (mesmo os itens sem valor em dinheiro declarado, como componentes ou tecnologias de produtos não comercializáveis).
- Normalmente, as exportações envolvem aprovação para remessa a outro país. Os controles de exportação podem abranger também a transferência de dados técnicos ou software computacional de um país para outro, tais como dados em laptops, e até mesmo o compartilhamento de conhecimento e tecnologia confidenciais com um funcionário que não seja natural desse país. A Empresa desenvolve diversas tecnologias estratégicas sobre as quais incidem restrições de exportação.
- Embargos ou boicotes definem restrições de comércio com determinados países, empresas ou indivíduos.



RESPOSTA

O uso de classificações aduaneiras não autorizadas poderá se caracterizar como violação dos requisitos regulatórios. Caso isso ocorra, haverá provavelmente suspensão da importação, e não apenas atraso. Da mesma forma, incidentes como esses levam os inspetores a agir com maior rigor no monitoramento da Empresa, dificultando ainda mais o transporte de produtos entre alfândegas no futuro. Considerar os atrasos causados por incertezas regulatórias é um exemplo de como nos preocupamos com nossas comunidades. A melhor forma de demonstrar esse compromisso é desenvolver um procedimento cujo tempo para realização de operações de importação não ultrapasse mais que algumas semanas.

O MODO CORRETO



- Consulte seu gerente ou o departamento de suporte a transações internacionais caso esteja em dúvida quanto à documentação correta ou aos lançamentos feitos nos documentos de exportação ou importação.
- Informe-se sobre o destino planejado e final de todos os materiais selecionados para exportação.
- Não confie simplesmente na palavra do cliente sobre a exatidão da documentação de exportação/importação preparada. A Empresa pode ser responsabilizada por declarações equivocadas.
- Jamais forneça dados técnicos confidenciais a alguém que não seja natural do seu país; proceda dessa forma apenas quando estiver certo de que tal pessoa tem permissão para receber esses dados.

ATENÇÃO

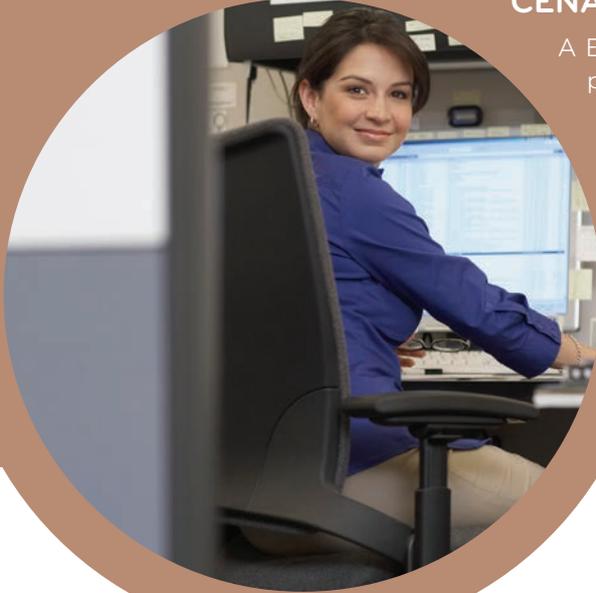
- Seja cauteloso com documentação de exportação ou importação desatualizada, incompleta, incorreta ou mal preparada. Isso pode acarretar sanções, incluindo proibições ou restrições aos direitos de exportação e importação. Essa questão pode prejudicar grandemente a capacidade de a Empresa realizar transações. Portanto, é preferível verificar a colocar a Empresa sob riscos graves devido a penalidades ou restrições.
- Esteja atento a tentativas de compra de produtos da Empresa por parte de indivíduos residentes em outros países por meio de canais considerados ilegais nesses países.
- Esteja alerta a pessoas aparentemente relutantes em fornecer informações precisas, completas e oportunas relacionadas a exportações ou importações. Apesar de aparentemente inocente, essa situação pode insinuar uma tentativa de enganar a Empresa ou os órgãos reguladores.

EXCELENTE RETORNO

para Nossos Acionistas

70	Proteção e Confidencialidade das Informações
73	Proteção da Propriedade Intelectual da Empresa
76	Comunicação Eletrônica Adequada
79	Correta Manutenção e Retenção dos Registros
82	Responsabilidade no Manuseio de Informações Internas
85	Divulgação Cautelosa de Informações ao Público

Gerar valor para nossos stakeholders é o resultado de trabalhos realizados com sucesso e a conquista da confiança de nossos clientes e acionistas. Nossa habilidade em proporcionar excelentes retornos financeiros aos acionistas se baseia na continuidade dos serviços prestados ao cliente, de modo a acentuar ainda mais o sucesso da Empresa a longo prazo. Dessa forma, temos a responsabilidade de respeitar e proteger os bens da Empresa que nos foram confiados por nossos acionistas, bem como fornecer a estes as informações necessárias para a tomada de decisões seguras sobre investimentos. Respeito, integridade e atendimento ao cliente são as formas pelas quais transformamos nossa Empresa em um investimento do qual nossos acionistas se orgulham.



CENÁRIO

A Empresa contratou uma empresa de TI externa para montar um banco de dados de pesquisas em nossos laboratórios. Tanto a Empresa quanto os desenvolvedores obterão melhores resultados se puderem ter total acesso aos nossos atuais dados de pesquisa de seus próprios escritórios durante o projeto. São poucos os profissionais externos trabalhando no projeto, por isso você conclui que estabelecer acordos de confidencialidade individuais com cada pessoa será suficiente para proteger a Empresa.

Como criar o valor correto?

PROTEÇÃO E CONFIDENCIALIDADE DAS INFORMAÇÕES

As informações confidenciais da Empresa desempenham um papel fundamental no atendimento eficaz prestado aos nossos clientes e no trabalho realizado junto aos nossos parceiros. Para sustentar nossa vantagem competitiva, é necessário manter determinadas informações como confidenciais e protegê-las contra ameaças à segurança. Evitar a divulgação involuntária é crucial para otimizar a eficácia dessas informações. Se você tem acesso a informações confidenciais da Empresa ou outras de natureza sigilosa, tome medidas para usá-las e protegê-las adequadamente. Essas ações ajudarão a proteger esse patrimônio valioso da Empresa e contribuirão para que ela se mantenha competitiva.

NOSSO PADRÃO



Conheça e siga as políticas da Empresa relacionadas a utilização, compartilhamento e proteção de informações confidenciais e de propriedade da Empresa. Assuma pessoalmente a responsabilidade em preservar a segurança das informações e evitar a divulgação não autorizada de informações confidenciais da Empresa sob seus cuidados.

VOCÊ PRECISA SABER

É importante que você compreenda e observe as Políticas de Segurança das Informações da Empresa que protegem nossos bens de informação confidencial ou outros de grande valor contra divulgação não autorizada e ameaças externas. Estas incluem:

- Medidas legais e de segurança pessoal para proteção de nossas informações confidenciais contra divulgação não autorizada por ex-funcionários ou funcionários ativos e parceiros.
- Confidencialidade e segurança de documentos.
- Segurança física para controle de acesso não autorizado às nossas instalações e utilização de mídia de armazenamento eletrônico.
- Segurança de rede e de computadores para proteger a Empresa contra ameaças externas.

As informações confidenciais da Empresa não se limitam a material identificado como "Confidencial". Elas incluem todas as informações da Empresa que precisam ser controladas de modo a proteger nossos interesses administrativos. A Empresa classifica suas informações da seguinte maneira:

- Sigilosas - Informações administrativas ou de tecnologia básica que prejudicariam drasticamente a Empresa se divulgadas. Não é permitido compartilhar informações "sigilosas" com funcionários ou indivíduos não pertencentes à Empresa que não sejam os proprietários originais, exceto mediante rigorosos procedimentos de aprovação.
- Para uso interno apenas – **Todos os produtos criados como resultado de nossas atividades de negócios diárias são classificados como "Para uso interno apenas"**. Isso significa que as informações e os materiais criados em nosso trabalho podem ser compartilhados com colegas no regime "necessário saber", mas não deverão ser divulgadas a terceiros fora da Empresa sem aprovação e adoção de medidas legais de proteção.



RESPOSTA

Para permitir o fácil acesso às informações da Empresa, um acordo de confidencialidade entre a LG e a empresa externa é um excelente ponto de partida. Contudo, é necessário analisar também o grau de confidencialidade das informações às quais a empresa externa terá acesso. O grau de confidencialidade de determinadas informações da Empresa é tão alto que não há meios significativamente possíveis de reparar o estrago causado por sua divulgação inadequada, mesmo se recorrermos a medidas legais para sanar esses incidentes. Esse é um dos motivos pelos quais é fundamental ter ciência das normas de confidencialidade e segurança das informações da Empresa. Em caso de dúvidas, discuta essas questões importantes com o seu gerente.



O MODO CORRETO

- Siga os procedimentos de segurança de informações para compartilhá-las com terceiros. Isso inclui obter a aprovação necessária e executar um acordo de confidencialidade com a parte que receberá as informações.
- Ao enviar informações confidenciais para terceiros por e-mail, faça o envio "com cópia" (cc) para o responsável pela aprovação da transmissão, isto é, o gerente ou o líder de projeto.
- Preserve a segurança física das instalações da Empresa, especialmente ao receber visitantes no ambiente de trabalho da Empresa. Da mesma forma, siga as normas da Empresa para utilização de mídia de armazenamento e equipamentos de gravação em suas instalações.
- Proteja o computador de trabalho contra invasões. Preserve a segurança do sistema utilizando configurações e software atribuídos e mantenha-os atualizados.
- Não deixe informações confidenciais da Empresa expostas ou onde qualquer pessoa possa acessá-las, isto é, na mesa de trabalho ou em um armário não seguro.
- Não leve material de trabalho para casa nem o envie a uma conta de e-mail não-corporativa ou de armazenamento na Internet sem observar os procedimentos definidos pela Empresa.
- Não discuta informações confidenciais da Empresa ou outras de natureza sigilosa com amigos ou conhecidos.
- Não discuta detalhes confidenciais do seu trabalho ao se candidatar a uma vaga em outra empresa, durante sua relação de trabalho e até mesmo após o fim dela.

ATENÇÃO

- Analise cuidadosamente o tipo de informação da Empresa que está sendo compartilhado com o parceiro. Mesmo quando houver acordo de confidencialidade, avalie as possíveis consequências da divulgação e atente especialmente para o grau de confidencialidade das informações compartilhadas.
- Conheça o grau de confidencialidade das informações da Empresa com as quais você trabalha e as manuseie e armazene com cuidado. Proteja em local seguro toda informação que não for pública.
- Mesmo atividades de vendas e promocionais podem levar a Empresa a correr o risco de perder sua importante vantagem competitiva se este conhecimento for publicado prematuramente. Siga as diretrizes de marketing e saiba o que pode ser dito durante atividades promocionais.

Consulte também:

- **"Privacidade e Proteção das Informações"** na página 21.
- **"Uso Correto de Informações de Terceiros"** na página 41.
- **"Proteção da Propriedade Intelectual da Empresa"** na página 69.



CENÁRIO

Após anos de pesquisa, a Empresa finalmente está prestes a revolucionar a indústria com o design de um produto totalmente inovador. A Empresa já solicitou o registro dos direitos de design em alguns países-chave. Um de nossos concorrentes lançará em breve um produto semelhante. Para impedir essa ameaça, você avalia se a Empresa deveria lançar o novo produto em outros países antes de concluir o registro dos direitos de design aqui.

Como criar o valor correto?



PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL DA EMPRESA

A propriedade intelectual da Empresa - incorporada nos designs, tecnologias e informações de seus produtos - é fundamental para o sucesso da Empresa. Proteger os direitos de propriedade intelectual da Empresa é a única forma de prestar um bom atendimento ao cliente a longo prazo; esses direitos nos proporcionam uma vantagem competitiva em termos de produtos inovadores. Da mesma forma como empreendemos todo o cuidado ao utilizar designs e trabalhos de terceiros protegidos por direitos autorais, é crucial proteger e utilizar a propriedade intelectual da Empresa com o mesmo cuidado.



NOSSO PADRÃO

Proteja a propriedade intelectual da Empresa contra utilização indevida e os sigilos comerciais especificamente contra todo e qualquer tipo de divulgação indevida.

VOCÊ PRECISA SABER

Propriedade intelectual consiste em:

- Designs, tecnologias, invenções e outros materiais e informações protegidos por patentes, patentes de design, marcas comerciais e direitos autorais.
- Sigilos comerciais, tais como designs e tecnologias de produtos, proporcionam à Empresa uma vantagem competitiva se mantidos em confidencialidade. Jamais divulgue um sigilo comercial dentro ou fora da Empresa sem autorização específica.

O MODO CORRETO

- Saiba o que é considerado propriedade intelectual da Empresa e ajude a proteger essa propriedade utilizando patentes, marcas comerciais e direitos autorais. (consulte nossos **Patent Operations Management Principles**)
- Busque orientação e dirija-se ao seu gerente ou ao departamento de Propriedade Intelectual se você trabalha com a Empresa no desenvolvimento de novos conceitos, designs ou tecnologias que deveriam ser protegidos como propriedade intelectual.
- **Jamais** divulgue informações confidenciais que possam se enquadrar na definição de sigilo comercial sem a devida autorização da Empresa e a adoção de medidas contratuais adequadas para proteção contra possível exploração por terceiros.



RESPOSTA

Presuma que nosso design **será** copiado por terceiros nos países onde não obtivemos registro. Embora, sem dúvida alguma, nosso objetivo seja lançar produtos inovadores rapidamente no mercado, é necessário também proteger designs e demais propriedades intelectuais contra apropriação indevida. Esta é uma decisão de negócios fundamental, e cabe a você informar à alta administração sobre situações desse tipo.

ATENÇÃO



- A Empresa poderá obter, de seus fornecedores ou demais parceiros, designs, tecnologias, resultados de pesquisas ou outras informações que deveriam ser protegidas como propriedade intelectual. Indague sobre este material e determine antecipadamente quem detém ou deterá os direitos de propriedade. Em determinadas situações, poderemos recusar esse tipo de informação se estivermos desenvolvendo uma propriedade intelectual semelhante e se a aceitação dessas informações resultar em prejuízos para o nosso trabalho.
- Esteja alerta a indivíduos ou outras empresas que fazem uso de propriedade intelectual da Empresa sem permissão ou identificação adequada.



CENÁRIO

Uma de suas colegas transferiu-se recentemente para outra equipe. Vocês duas continuam a se comunicar com frequência por e-mail para discutir assuntos pessoais e profissionais. Para você, ela é uma ótima ouvinte de suas queixas sobre o trabalho com determinado parceiro comercial com quem ela também já trabalhou.

Como criar o valor correto?

COMUNICAÇÃO ELETRÔNICA ADEQUADA

Alguns recursos tecnológicos agilizam as comunicações e os processos de negócios, permitindo um avanço mais rápido e aprimorando o atendimento das necessidades de clientes e terceiros. Computadores, sistemas de comunicações e demais recursos eletrônicos podem conectar com mais eficiência nossas operações em todo o mundo e através de vários fusos horários, combinando nossos esforços com fornecedores e parceiros comerciais. Quando utilizados de maneira inadequada, esses mesmos recursos também podem colocar em risco nossas operações e prejudicar nossa reputação. Com o avanço constante e rápido dessas tecnologias, é necessário tirar melhor proveito de seus benefícios e, ao mesmo tempo, administrar os riscos. Da mesma forma, devemos manter nosso respeito para com os demais ao utilizar esses recursos.

NOSSO PADRÃO



Utilize sempre os sistemas de comunicações eletrônicas da Empresa com responsabilidade; de modo geral, restrinja a utilização desses sistemas a finalidades de negócios e proteja esses recursos contra acesso ou uso indevido.

VOCÊ PRECISA SABER

A comunicação eletrônica envolve, dentre outros fatores:

- Comunicação via telefones locais e celulares fornecidos pela Empresa.
- Envio de e-mail por meio de sua conta de e-mail corporativa.
- Uso de serviços de mensagens instantâneas, SMS ou MMS custeados pela Empresa.
- Uso de sistemas de informação da Empresa, como hardware de computador e dispositivos periféricos, software e equipamentos de rede.

A Empresa detém o direito de inspecionar, e o faz efetivamente, a utilização de seus equipamentos eletrônicos, isto é, toda comunicação enviada por meio destes e os dados neles armazenados. Isso inclui dados não-comerciais. A Empresa também pode utilizar os dados contidos nesses sistemas a seu próprio critério, divulgando-os a terceiros ou excluindo-os. **Não suponha que haverá privacidade ao utilizar esses recursos da Empresa, mesmo em se tratando de comunicações pessoais.**



RESPOSTA

Muitos funcionários são colegas e amigos ao mesmo tempo. Embora os recursos eletrônicos da Empresa se destinem basicamente a negócios, um mínimo de utilização pessoal é aceitável. Lembre-se, porém, dos perigos que envolvem a utilização de tais recursos. Comunicações com colegas podem facilmente cair nas mãos de pessoas erradas e, uma vez que isso aconteça, não é possível excluí-las. O uso pessoal de recursos eletrônicos da Empresa deve ser mínimo e jamais interferir nos negócios corporativos nem envolver conteúdo inadequado.



O MODO CORRETO

- Restrinja o uso de recursos eletrônicos da Empresa a finalidades de negócios. O uso pessoal em uma ocasião ou outra deve ser mínimo e jamais interferir em suas atividades profissionais.
- Todas as comunicações realizadas por meio de recursos da Empresa devem manter o tom de respeito e profissionalismo, mesmo quando direcionadas a amigos na Empresa. Não se esqueça que comunicações eletrônicas podem ser facilmente recriadas e encaminhadas a terceiros sem qualquer conexão com o seu conteúdo.
- Ao enviar e-mails ou outro tipo de comunicação baseada em texto, revise a mensagem antes de enviá-la. Evite colocar a Empresa e a si mesmo em uma situação difícil por causa de um erro banal de edição ou de uma frase com interpretação ambígua ou equivocada.
- Não utilize os recursos da Empresa para acessar ou fazer download de dados:
 - Pertencentes a terceiros os quais você não tem o direito de obter.
 - Que possam ser considerados discriminatórios, embaraçosos, ofensivos ou repulsivos.
 - Que possam incluir conteúdo maléfico, como vírus, com poder de causar danos aos nossos sistemas de informação.
- Jamais utilize os recursos da Empresa para enviar mensagens impróprias com conteúdo sexual explícito ou claramente discriminatório ou repulsivo de alguma outra forma.
- Não utilize indiscriminadamente o recurso "com cópia" (cc) em e-mails. Verifique se de fato é importante incluir outras pessoas na comunicação antes de copiá-las em um e-mail. Verifique previamente a necessidade de que a pessoa tome conhecimento do assunto antes de incluí-la no campo "com cópia".

ATENÇÃO

- Todas as comunicações utilizadas em recursos eletrônicos da Empresa são de sua propriedade e devem ser tratadas como informações confidenciais, a não ser quando houver indicações claras de a quem pertencem (como design de produtos de fornecedores).



CENÁRIO

Você recebeu do departamento jurídico da Empresa uma "Notificação para Preservação de Documentos" relacionada a um processo judicial nos EUA do qual você não está a par. O período de preservação do documento indicado expirou no mês passado e o original foi destruído. Entretanto, você ainda tem uma cópia em seu poder. Você se pergunta se deve destruir a cópia do documento, de acordo com a política de preservação da Empresa, ou se atende a Notificação para Preservação de Documentos.

Como criar o valor correto?



CORRETA MANUTENÇÃO E RETENÇÃO DOS REGISTROS

Os registros da Empresa fornecem informações importantes sobre nossas operações. Esses registros nos permitem avaliar objetivos e estratégias, determinar recursos e avaliar resultados; todos esses fatores nos ajudam a aprimorar o serviço e o trabalho prestados a todos os nossos stakeholders. Dependemos grandemente da precisão e integridade de nossos registros para tomar decisões. Portanto, é imperativo manter e trabalhar cuidadosamente com esses recursos tão vitais à Empresa.



NOSSO PADRÃO

Observe as políticas e os procedimentos da Empresa no desenvolvimento, preservação e destruição de registros.

VOCÊ PRECISA SABER

Registros da Empresa são definidos de modo abrangente como informações ou mídias que documentam todos os aspectos das operações de negócios da Empresa. Estes incluem, por exemplo:

- Documentos usados para divulgar e tomar decisões de negócios, tais como relatórios, aprovações e correspondências.
- Materiais relacionados a transações com terceiros, tais como recibos, faturas e contratos.
- Registros de fatos ou eventos, como anotações, resultados de testes e declarações.
- Outras formas de mídia utilizadas para preservar informações sobre as operações de negócios da Empresa.

Há muitos casos em que leis e regulamentos exigem que a Empresa preserve corretamente determinada documentação por algum período de tempo.



RESPOSTA

Neste caso, a Notificação para Preservação de Documentos tem prioridade. Ninguém poderá destruir registros da Empresa se houver uma norma legal determinando sua preservação, e a Empresa deverá suspender todos os procedimentos para destruição de documentos relacionados a esses registros. Essa medida é extremamente importante para demonstrar às autoridades legais o compromisso da Empresa em trabalhar com suas determinações. Considerando o risco de sanções legais impostas pelo não cumprimento da norma em questão, essa medida protege igualmente a reputação e os ativos financeiros da Empresa.

O MODO CORRETO



- Observe todas as leis, regulamentos e políticas da Empresa relacionados à preservação e ao gerenciamento de registros. Por exemplo, em alguns países, os regulamentos ambientais exigem a preservação dos registros de transações e o envio dos registros de operações de tratamento de resíduos por determinado número de anos.
- Finalizado o ciclo de vida de um registro, não se esqueça de destruir todas as cópias físicas em seu poder e exclua todas as cópias eletrônicas armazenadas em seu computador de trabalho.
- Jamais altere, exclua ou destrua registros aplicáveis nas situações em que os procedimentos para destruição de registros foram suspensos devido a normas legais ou solicitação regulatória. Em caso de dúvida, consulte o departamento jurídico.
- Não se esqueça de transferir os registros de trabalhos anteriores para sua substituição ao alterar atribuições do trabalho.

ATENÇÃO

- Esteja alerta a notificações para preservação de documentos que poderão ser emitidas pelo departamento jurídico da Empresa de tempos em tempos. Em muitos casos, os processos judiciais dependem da existência de registros. Portanto, é imprescindível atender a essas notificações para evitar prejuízos legais.

O QUE VOCÊ PRECISA SABER SOBRE CONTRATAÇÃO

Nossos procedimentos de contratação junto a parceiros comerciais, agentes, fornecedores e demais parceiros são cruciais para o desenvolvimento de relacionamentos duradouros que nos ajudem a servir nossos clientes. É fundamental observar tais procedimentos, pois eles asseguram que nossas relações com parceiros sejam justas e que mantenhamos registros precisos de nossos direitos e obrigações. Se você é responsável por estabelecer acordos com parceiros:

- Certifique-se de redigir um contrato por escrito estabelecendo os termos da relação comercial.
- Certifique-se de que o departamento jurídico analise e aprove o contrato.
- Registre e arquive o contrato final assinado de acordo com as políticas de contratação da Empresa.



CENÁRIO

Uma colega contou ter ouvido que foram apresentadas à Diretoria instruções específicas sobre uma importante iniciativa que provavelmente causará grandes impactos nos lucros futuros da Empresa. Como essa notícia não partiu da Diretoria, fica a dúvida sobre se a história é verdadeira. Você tem a idéia de mencioná-la a outra colega para conferir a veracidade do fato.

Como criar o valor correto?

RESPONSABILIDADE NO MANUSEIO DE INFORMAÇÕES INTERNAS

Algumas informações comerciais de caráter confidencial desempenham um papel fundamental em nosso sucesso. Nossos stakeholders confiam que poderemos proteger de maneira adequada as informações confidenciais da Empresa. A utilização indevida de informações internas para proveito próprio, ou sua divulgação a terceiros, pode macular gravemente essa confiança e prejudicar a reputação de integridade da Empresa e da pessoa. A utilização indevida de informações internas de outras empresas também coloca a Empresa em risco.

NOSSO PADRÃO



Proteja cuidadosamente toda informação interna pertencente à Empresa, a clientes ou parceiros. Não comercialize os valores mobiliários da Empresa com base nessas informações nem as forneça a terceiros sem autorização.

VOCÊ PRECISA SABER

Informações internas são qualquer informação confidencial importante o bastante para afetar o preço dos valores mobiliários da Empresa se divulgada. Estas podem incluir, por exemplo:

- Resultados financeiros ou operacionais ou tendências nesses resultados.
- Importantes decisões de negócios e eventos como estabelecimento de acordos de negócio em grande escala com um novo parceiro ou perda de um grande comprador.
- Fusões, aquisições, empreendimentos conjuntos ou outras alianças comerciais pendentes.
- Aumento ou redução de capital e outras mudanças significativas na estrutura financeira da Empresa.



RESPOSTA

Primeiramente, não discuta o assunto com nenhuma outra pessoa, pois, provavelmente, essas informações importantes são sigilosas e confidenciais - ou internas. Da mesma forma, aconselhe a colega que lhe contou a história a ser cautelosa na forma como ela transmite o que sabe aos demais, pois todos os funcionários têm o dever de proteger essas informações contra divulgação. Caso haja vazamento de informações internas para terceiros que fazem mau uso delas, isso poderá prejudicar a reputação da Empresa e acarretar graves penalidades para o funcionário responsável por sua divulgação.



O MODO CORRETO

- Proteja as informações internas da Empresa ou de um parceiro contra divulgação não autorizada. Denuncie ao departamento jurídico qualquer divulgação não autorizada dessas informações.
- Não compre ou venda valores mobiliários de uma empresa se você possui informações internas dessa empresa.
- Não forneça informações internas a terceiros que poderão utilizá-las como fundamento para comercializar valores mobiliários da empresa.

ATENÇÃO

- Às vezes, é necessário que a Empresa compartilhe resultados de operações e outras informações importantes com seus funcionários. Avalie se essas informações são consideradas internas. Em caso positivo, não divulgue informações a terceiros fora da Empresa, a não ser quando houver certeza de que a Empresa disponibilizou essas informações ao público.



CENÁRIO

Um amigo seu repórter pediu "confidencialmente" para você confirmar um boato sobre a situação financeira da Empresa. Você não trabalha no departamento financeiro nem tem a mínima idéia sobre a situação financeira real da Empresa. Você não vê problemas em afirmar que também ouviu o mesmo boato, mas que tudo não passa de boato.

Como criar o valor correto?



DIVULGAÇÃO CAUTELOSA DE INFORMAÇÕES AO PÚBLICO

A divulgação adequada de informações pode atender aos interesses da Empresa e fazer notória sua história de sucesso. Essas divulgações contribuem para que os clientes e o público valorizem o trabalho prestado pela Empresa a eles e aos nossos stakeholders. A divulgação adequada contribui também com a Empresa para atrair e estimular investimentos de nossos acionistas. Além disso, a Empresa tem o dever legal de divulgar informações ao público e mantém o compromisso de fornecer informações ao mercado sobre eventos significativos que podem afetar o preço das ações da Empresa.



NOSSO PADRÃO

Saiba que é necessário manter determinadas informações importantes sobre nossas operações de negócios e nossa situação financeira em sigilo de todo e qualquer terceiro até sua divulgação ao público.

O MODO CORRETO

- Conheça e observe os padrões de segurança das informações da Empresa. Mantenha a confidencialidade das informações relevantes discutidas em reuniões da administração e em outras discussões executivas de alto nível, a não ser que a Empresa tenha disponibilizado essas informações ao público.
- Comunique a quaisquer agências regulatórias, repórteres ou advogados externos que solicitarem informações sobre as operações da Empresa nossa disposição em ajudá-los e que entraremos em contato com a pessoa indicada para prestar ajuda.
- Não converse com repórteres, para conferir atribuições ou não, sem primeiro buscar orientação do Departamento de Relações Públicas da Empresa.
- Não dê a entender que você representa a Empresa ao expressar sua opinião pessoal, como em uma reunião de negócios ou em um painel de discussão na Internet.



RESPOSTA

Com muita frequência, rumores infundados acabam se materializando em "fato aceito" na opinião dos funcionários e até mesmo da imprensa. A Empresa se empenha em divulgar informações adequadas e precisas sobre suas operações a fim de cumprir determinadas exigências legais e manter a confiança de seus acionistas e demais stakeholders. Portanto, é fundamental que a Empresa possa transmitir essas informações de acordo com procedimentos definidos, não devendo permitir a difusão de boatos supostamente inverídicos por parte de seus funcionários.

ATENÇÃO



Seja cauteloso nas situações a seguir ou em qualquer situação que, se divulgada, poderá afetar significativamente as operações da Empresa ou alterar drasticamente o preço de suas ações. Caso ocorra alguma destas situações, informe o seu gerente, de modo que a Empresa possa decidir se deve fazer uma divulgação pública ao:

- Submeter-se a uma fusão, aquisição ou alienação.
- Realizar um grande investimento de capital, como ampliar suas instalações de fabricação.
- Fazer uma contribuição significativa de capital em outra empresa ou alienar sua participação acionária.
- Enfrentar processos judiciais graves, ações coletivas de litígio envolvendo valores mobiliários ou disputas de direito de administração.
- Ter sido penalizada com multa ou punição severa.
- Ser obrigada a convocar um recall de produtos em grande escala ou retirar o produto de circulação.
- Realizar uma grande aquisição ou alienação de ativos tangíveis, como, por exemplo, ativos fixos.

Para saber mais sobre eventos e casos em que a divulgação pública é necessária, consulte os nossos **Public Disclosure Operations Principles**.

