

CÓDIGO DE CONDUTA SOBRE FINANCIAMENTO CORPORATIVO DA ASSOCIAÇÃO DE CANCRO DO RIM DE PORTUGAL

O Código de Conduta da AC RIM – Associação de Cancro do Rim de Portugal, sobre o Financiamento Corporativo adiante designado por “Código” é uma política adotada pela AC RIM – Associação de Cancro do Rim de Portugal adiante designada por “Associação” que se aplica às suas relações financeiras adiante designadas por “Financiamento” com entidades comerciais. O objetivo do Código é reduzir o risco de conflitos de interesse reais, potenciais ou aparentes que possam surgir quando a Associação aceita o apoio financeiro de uma empresa adiante designada por “Empresa”.

Princípios orientadores.

O Código de Conduta da Associação baseia-se nos seguintes princípios orientadores: Interesses do Paciente - Todas as atividades da Associação são realizadas no melhor interesse dos pacientes e cuidadores.

Integridade e rigor - A Associação cumpre seu mandato de atender ao escrutínio público.

Respeito - A Associação respeita as políticas de relacionamento da empresa com a qual faz negócios.

Imparcialidade e Transparência - A Associação garante imparcialidade e objetividade e garante que as suas decisões de apoio corporativo sejam tomadas por seus méritos. A Associação é tão aberta quanto possível em todas as medidas que toma e nos conselhos que fornece.

Responsabilidade - A Associação está comprometida em cumprir o Código e assegurar que qualquer entidade com a qual faça negócios esteja ciente disso.

Políticas

Um conflito de interesse pode surgir num relacionamento quando uma parte é capaz de exercer pressão indevida sobre a outra. As políticas a seguir foram desenvolvidas para que a relação entre a Associação e os doadores corporativos seja ética, transparente e transmita uma imagem positiva da Associação e das empresas que a apoiam.

1. CATEGORIAS DE FINANCIAMENTO

O Código identifica cinco categorias de financiamento:

1.1 Financiamento do Projeto - Quando a Associação está a trabalhar com uma empresa num projeto de interesse mútuo, aplicam-se as seguintes condições:

- a) A Associação tem controlo editorial sobre todo o material produzido pelo projeto;
- b) O Patrocinador é identificado de acordo com suas políticas, sob a direção das políticas da Associação;
- c) A Associação não endossa ou promove produtos ou serviços específicos; d) Tanto a Associação quanto a empresa podem beneficiar mutuamente da sua colaboração.

1.2 Patrocínio

Quando uma empresa financia uma atividade específica, como uma reunião externa ou boletim informativo, aplicam-se as seguintes regras:

- a) A empresa não está envolvida na conceção ou organização da atividade que recebe o financiamento;
- b) A Associação tem controlo editorial de todo o material produzido e do programa da reunião; a escolha dos participantes é do seu exclusivo critério;
- c) A Associação não endossa ou promove os produtos ou serviços da Empresa;
- d) O patrocinador é identificado de acordo com os princípios de transparência da Associação;
- e) Tanto a Associação quanto a empresa podem beneficiar mutuamente da sua colaboração.

1.3 Doações irrestritas

Este tipo de doação atende a todos os seguintes critérios:

- a) A empresa não está envolvida no projeto para o qual entrega a doação;
- b) A proveniência do donativo é reconhecida; no entanto, o logotipo da empresa não é usado;
- c) A redação e localização do reconhecimento do Patrocinador fica a critério exclusivo da Associação.

1.4 Doações Financeiras e Apoio em espécie

A Associação pode receber tais tipos de doações. A Associação menciona o nome do doador corporativo no seu site ou no seu relatório anual, quando o valor da doação represente mais de dez por cento do total das receitas anuais da Associação. O valor total da doação inclui qualquer apoio em espécie que valha mais de €1.000.

1.5 Apoio de atividades de pesquisa

- a) A empresa não pode ter um representante na direção do projeto e a seleção da empresa de pesquisa, o conceito do projeto e a publicação dos resultados ficam a critério exclusivo da Associação.
- b) Os patrocinadores de cada projeto de pesquisa são mencionados durante a apresentação e publicação dos resultados.

2. POLÍTICAS DA ASSOCIAÇÃO

A Associação segue as seguintes políticas ao aceitar financiamento de projeto, patrocínio, doações ou apoio de uma empresa:

2.1 Antes de aceitar financiamento de uma empresa

A Direção da Associação deve exercer a devida diligência para assegurar que:

- a) Existem todos os motivos para acreditar que a doação, apoio ou patrocínio beneficiarão a Associação e os pacientes e cuidadores que ela apoia;

b) O tipo de negócio, as suas políticas de governação corporativa e a qualidade do seu relacionamento com a Associação não levantam questões;

2.2 A Associação mantém sua liberdade de ação em todos os momentos.

a) O conteúdo das comunicações da Associação, por exemplo, os comentários dos pacientes sobre medicamentos, comentário sobre políticas, informações para pacientes, cuidadores e ao público em geral, boletins ou apresentações devem ser inteiramente feitos pela Associação.

b) Os comentários relacionados à avaliação de medicamentos ou orientações sobre políticas de saúde não são divulgados ou revisados pelos patrocinadores antes da publicação.

c) A Associação não endossa ou promove produtos ou serviços específicos mencionando o nome de uma marca. Atividades de defesa do paciente, tais como comentários sobre avaliação de medicamentos ou representações ao governo para reembolso de tratamento, não são consideradas como promoção porque se destinam a melhorar o acesso ao tratamento e não que o tratamento seja prescrito. Da mesma forma, fornecer informações educacionais sobre diferentes opções de tratamento não é considerado como promoção.

2.3 A Associação mantém relações mutuamente respeitadas e transparentes.

a) A Associação assina um contrato por escrito com todas as empresas em que define as contribuições e responsabilidades de cada parte. A empresa e a Associação devem comprometer-se a respeitar os respetivos códigos de conduta uns dos outros.

b) O apoio da empresa é mencionado de forma adequada e transparente.

2.4 A Associação limita qualquer influência proactivamente.

A Associação deve tentar, tanto quanto possível, diversificar suas fontes de financiamento; não deve permitir que qualquer parceiro corporativo específico faça contribuições representando mais de 50% de sua receita anual total (incluindo o valor de doações em espécie) ou da empresa.

3. POLÍTICAS DE NEGÓCIOS

A Associação não se envolve ou permanece envolvida em qualquer doação, patrocínio ou joint venture que possa prejudicar sua reputação ou disseminar informações falsas ou tendenciosas. Portanto, quando uma empresa trabalha com a Associação, espera-se que siga as seguintes diretrizes:

3.1 A Associação deve ser consultada assim que o seu nome for usado, não importando quando ou onde. Uma autorização por escrito deve ser obtida para qualquer texto referente a uma ação da Associação que seja apoiada pela empresa.

3.2 O logotipo da Associação não pode ser usado sem permissão expressa por escrito.

3.3 Nenhum comunicado de imprensa referente à Associação pode ser publicado sem aprovação prévia por escrito. Da mesma forma, sugestões para cotações podem ser preparadas, mas devem ser aprovadas pela Associação por escrito.

3.4 A Associação reserva-se no direito de veto sobre todo o material produzido como parte de um projeto.