



CÓDIGO DE ÉTICA

INTRODUÇÃO

1. ÂMBITO DE APLICAÇÃO

O presente Código de Ética aplica-se a todos os colaboradores da Cerci-Lamas, entendendo-se como tal todas as pessoas que colaboram com a instituição, qualquer que seja o seu nível hierárquico e vínculo contratual, sem prejuízo de outras disposições legais ou regulamentares aplicáveis. Aplica-se ainda a todas as pessoas que prestem serviço à instituição a título ocasional ou permanente.

A Cerci-Lamas garante o acesso ao Código de Ética a todas as partes interessadas.

2. FINALIDADE

1. O Código de Ética estabelece princípios e regras gerais de conduta que asseguram o cumprimento dos valores da Cerci-Lamas, dando corpo à identidade da instituição, reforçando a sua cultura organizacional e promovendo a concretização da sua missão.
2. A Missão da Cerci-Lamas consiste em **promover a inclusão social das pessoas vulneráveis, através do desenvolvimento pessoal**, de acordo com os valores definidos neste Código de Ética.
3. Todas e cada uma das pessoas que integram a instituição contribuem com o seu papel específico, com o seu esforço e recursos, para alcançar este objetivo.
4. Esta complementaridade entre todos os intervenientes só é possível com a construção e manutenção permanente de um sistema de valores, princípios e normas de conduta partilhado, que dá sentido e significado a todas as ações.



5. O Código de Ética é mais um instrumento que se coloca ao dispor das pessoas que integram a nossa Instituição para garantir a fidelidade à missão. A competência técnica é uma condição necessária mas não suficiente para a prestação dum serviço de qualidade. A ética coloca o respeito pelos valores como critério de decisão da conduta dos profissionais. Sem um apurado sentido ético as intervenções profissionais arriscam-se a ser erráticas e contraproducentes.

3. SUBSIDIARIEDADE

A observância do presente Código de Ética não impede a aplicação simultânea das regras de conduta específicas de determinados grupos profissionais.

4. ESTRUTURA DO CÓDIGO DE ÉTICA

1. O Código de Ética da Cerci-Lamas enuncia valores, princípios e normas que servem de guia ao comportamento dos distintos atores. O Código de Ética aplica-se a todas as pessoas que têm qualquer tipo de responsabilidade na tarefa de melhorar a qualidade de vida das pessoas com deficiência, independentemente do seu papel, lugar de desempenho ou pessoas que servem. Aplica-se também aos clientes, na medida em que não são beneficiários passivos dos serviços mas atores do seu próprio desenvolvimento e inclusão social.
2. O Código apresenta-se com uma estrutura esquemática que torna mais fácil a perceção do conjunto e a consulta por temas. Na primeira coluna enunciam-se os valores; na segunda os princípios que melhor lhes correspondem; na terceira e quarta coluna enunciam-se as normas de conduta, distribuídas por três categorias: **instituição** (envolvendo gestão e colaboradores); **clientes**; e **familiares** (englobando as pessoas significativas que apoiam, cuidam ou tutelam o cliente).
3. Há uma significativa transversalidade nos valores e nos princípios, pelo que se recomenda uma assimilação integrada das normas de conduta, de modo a ganhar sensibilidade para os dilemas éticos com que os profissionais se deparam na sua prática quotidiana.
4. Este Código é aberto e dinâmico. Prevê-se a sua revisão regular com o envolvimento e participação de todos os seus destinatários.



CÓDIGO DE ÉTICA

Valores	Princípios	Normas de conduta		
		Área	Normas	
1. Autonomia: <i>Reconhece o direito da pessoa a decidir e a conduzir o seu projecto de vida.</i>	1. Participação: <i>Direito e dever de participar no planeamento, desenvolvimento e avaliação das actividades de realização da missão</i>	Instit.	1. Apoiar as estruturas de auto-representação dos clientes 2. Tratar com prontidão as sugestões de melhoria de clientes e famílias	
		Cliente	3. Participar individualmente e em grupos de auto-representação na adequação dos serviços ao projeto de vida dos clientes	
		Família	4. Cooperar com o cliente e a instituição na melhoria da qualidade dos serviços	
	2. Cidadania: <i>Direito de acesso aos bens e serviços da comunidade e direito e dever de desempenhar um papel ativo no desenvolvimento da sociedade</i>		Instit.	5. Incentivar a participação cívica e política dos clientes 6. Mediar as legítimas reivindicações sociais das pessoas com deficiência 7. Rever constantemente as oportunidades de desenvolvimento pessoal disponibilizadas aos clientes
			Cliente	8. Contribuir para a melhoria da família, da instituição e da comunidade 9. Usufruir responsabilmente das oportunidades de desenvolvimento pessoal disponibilizadas pela instituição e pela comunidade
			Família	10. Dar continuidade no contexto familiar às dinâmicas de desenvolvimento e autonomia pessoal do cliente



Valores	Princípios	Normas de conduta	
		Área	Normas
<p>2.Responsabilidade</p> <p><i>Toda a pessoa, mesmo com limitações cognitivas, deve responder pelos seus actos na medida em que compreende as suas consequências.</i></p>	<p>3.Informação</p> <p><i>Os clientes têm o direito de estar informados e esclarecidos sobre os seus direitos e deveres</i></p>	Instit.	11.Transmitir em linguagem fácil a formação e informação adequadas ao desenvolvimento pessoal e cidadania do cliente
		Cliente	12.Procurar e exigir a informação no nível e formato adequados às suas necessidades
		Família	13.Enriquecer no contexto familiar a informação de cidadania do cliente
<p>3.Qualidade de vida:</p> <p><i>Promove o bem-estar físico, psicológico e relacional no contexto dos recursos e condições da pessoa</i></p>	<p>4.Igualdade e não discriminação</p> <p><i>As pessoas com deficiência (PCD) não podem ser discriminadas com base nas suas limitações funcionais e têm direito a beneficiar de medidas de compensação das suas limitações</i></p>	Instit.	14.Monitorizar o cumprimento rigoroso de todas as formas de não discriminação 15.Atender a que o cliente não seja indirectamente discriminado por omissão de apoios compensatórios
		Cliente	16.Apresentar sugestões para melhorar as garantias de não discriminação
		Família	17.Defender a não discriminação no ambiente familiar e comunitário
	<p>5.Globalidade</p> <p><i>As PCD têm direito aos bens e serviços necessários ao seu desenvolvimento de forma adequada às diferentes fases da vida</i></p>	Instit.	18.Adaptar as valências, os planos individuais e as atitudes relacionais às necessidades específicas dos clientes ao longo da vida
		Cliente	19.Participar na adequação das respostas às suas necessidades evolutivas
		Família	20.Cooperar com a instituição na adaptação dos serviços às necessidades evolutivas do cliente



Valores	Princípios	Normas de conduta	
		Área	Normas
<p>4. Confidencialidade <i>Restringe o conhecimento de dados dos clientes às pessoas que deles necessitam para o exercício do cargo</i></p>	<p>6. Singularidade <i>Cada PCD tem um perfil singular e a sua abordagem deve ser feita de forma diferenciada e com total respeito pela sua individualidade e autonomia</i></p>	Instit.	<p>21. Garantir a confidencialidade dos dados relativos ao cliente</p> <p>22. Recolher e utilizar a informação reservada unicamente para melhorar o apoio prestado ao cliente</p> <p>23. Transmitir os dados do cliente exclusivamente aos profissionais que dela necessitam para a sua intervenção</p>
		Cliente	24. Colaborar na salvaguarda da confidencialidade dos seus dados pessoais
		Família	25. Repeitar no contexto familiar e de vizinhança a privacidade das informações relativas ao cliente
<p>5. Rigor: <i>Toma decisões com base em factos e executa tarefas e registos conforme definido nos procedimentos</i></p>	<p>7. Qualidade <i>As PCD têm direito à qualidade dos bens e serviços que lhes são dirigidos, prestados com actualização técnica e adequação às necessidades dos destinatários</i></p>	Instit.	<p>26. Garantir a qualidade dos serviços prestados, através dum sistema reconhecido e monitorizado de procedimentos e registos</p> <p>27. Assegurar a formação contínua dos colaboradores</p> <p>28. Assegurar a existência dum sistema de sugestões e reclamações e de avaliação periódica das expectativas e da satisfação dos clientes</p>
		Cliente	29. Empenhar-se ativamente na melhoria da qualidade dos serviços
		Família	30. Secundar o cliente na exigência de qualidade dos serviços e projectar no ambiente familiar idênticas preocupações de qualidade



Valores	Princípios	Normas de conduta	
		Área	Normas
6. Privacidade <i>Respeita espaços e tempos afectos à fruição dos utentes</i>	8. Respeito pela dignidade da pessoa <i>A dignidade pessoal implica a autonomia e a liberdade para fazer as suas próprias escolhas</i>	Instit.	31. Respeitar as opiniões, desejos e projectos do cliente e se possível apoiá-lo na realização dos mesmos 32. Proteger a intimidade nos auto-cuidados e a privacidade nas telecomunicações e na conversação com os pares e os cuidadores 33. Fomentar a auto-estima e o reconhecimento social do cliente 34. Proteger o direito à imagem e ao bom nome do cliente
		Cliente	35. Respeitar e exigir respeito pela privacidade e pelas diferenças inter-individuais
		Família	36. Garantir autonomia na gestão do tempo e espaço privado na habitação
7. Integridade <i>Respeita os deveres e os direitos de todas as partes interessadas e as regras organizacionais de conduta</i>	9. Transparência <i>A gestão institucional responsável implica a clareza das normas, dos métodos e dos objetivos</i>	Instit.	37. Funcionar com base em regulamentos claros e na partilha de informação institucional com os colaboradores, clientes e demais partes interessadas 38. Agir com rigor na salvaguarda dos interesses da instituição e na utilização dos recursos 39. Promover nos colaboradores e clientes uma sólida identificação com os valores e princípios da instituição
		Cliente	40. Procurar identificar-se com os valores e princípios da instituição
		Família	41. Cooperar com a instituição no fortalecimento da identidade organizacional



Valores	Princípios	Normas de conduta		
		Área	Normas	
8.Solidariedade Assume a interdependência e a ajuda recíproca para a garantia da qualidade dos serviços	10.Cooperação <i>Os direitos da PCD devem ser prosseguidos através da acção concertada da instituição, dos clientes, dos colaboradores, da família e da parceria com outras organizações públicas e privadas</i>	Instit.	42.Fortalecer a cooperação de todas as partes interessadas e dos parceiros com vista à realização da missão 43.Promover o espírito cooperativo e a adesão de mais cooperadores nas condições estatutárias	
		Cliente	44.Participar ativamente no fortalecimento da instituição enquanto espaço cooperativo e democrático	
		Família	45.Assumir, a par do cliente, a dimensão cooperativa do projecto institucional	
	11.Não lucratividade <i>A instituição orienta a gestão por critérios de eficiência, de eficácia e de sustentabilidade, revertendo os resultados líquidos financeiros para a melhoria estratégica da sua intervenção social</i>		Instit.	46.Enfatizar a dimensão solidária, participativa e não lucrativa da instituição 47.Praticar uma gestão eficaz e eficiente dos recursos e de procura da sustentabilidade, no quadro da salvaguarda da qualidade dos serviços e dos investimentos para a sua melhoria
			Cliente	48.Contribuir para a eficiência no funcionamento e colaborar na angariação de receitas
			Família	49.Cooperar nas acções de angariação de fundos 50.Contribuir lealmente com a participação financeira que lhe competir, em nome do cliente, nos termos dos regulamentos em vigor