

CÓDIGO DE CONDUTA PARA O SETOR DE ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR

Abril, 2006

Apoios:

Ministério
do Turismo



abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

CAPÍTULO I

DAS FINALIDADES

Art. 1º O Código de Conduta das **Empresas de Alimentação Fora do Lar** tem por finalidades:

I Registrar o compromisso institucional, referente às relações das empresas do setor de alimentação fora do lar com as partes interessadas- público-interno, fornecedores, concorrentes, clientes, organizações não-governamentais, entidades ambientais, governo e sociedade em geral- do ponto de vista da responsabilidade social;

II Disseminar orientações sobre práticas éticas de conduta na gestão e operação das empresas de alimentação fora do lar;

III Apoiar a compreensão de condutas éticas registradas, nacional e internacionalmente, em códigos de conduta elaborados para o setor de turismo,, bem como, incentivar políticas do setor de turismo que enfatizem a necessidade de combate à exploração sexual infantil;

IV Contribuir para o fortalecimento da imagem do setor na sociedade, reforçando a necessidade de uma convivência harmoniosa e de práticas que contribuam para o desenvolvimento sustentável da comunidade.

CAPÍTULO II

DOS PRINCÍPIOS GERAIS

Art. 2º O **Código de Conduta das Empresas de Alimentação Fora do Lar**, inspirado nos fundamentos constitucionais - soberania; cidadania; dignidade da pessoa humana; valores sociais do trabalho e da livre iniciativa e o pluralismo político - fundamenta-se nos seguintes princípios e valores:

I Sustentabilidade Ambiental;

II Responsabilidade Social;

III Respeito às Diferenças;

IV Valorização Cultural;

V Respeito ao Cliente;

VI Qualidade de Vida;

VII Profissionalismo;

VIII Associativismo;

IX Transparência;

X Saudabilidade;

XI Honestidade;

XII Democracia.

CAPÍTULO III

DA ABRANGÊNCIA E DA ESTRUTURA

Art. 3º Este código é uma declaração formal, de livre adesão, destinada a orientar e regular a conduta ética de empresas do setor de alimentação fora do lar, abrangendo as pessoas e os serviços direta ou indiretamente vinculados a este setor que a ele aderirem, formalmente, junto à Comissão de Ética deste Código.

Parágrafo único. Denominam-se **empresas do setor de alimentação fora do lar**, as empresas não industriais que prestam serviços de bares, de restaurantes, ou que atuem no preparo de alimentação fora do lar, bem como, em outras atividades afins.

Art. 4º O Código, estruturado em 08 (oito) capítulos, encontra-se em plena concordância com todos os aspectos legais referentes às atividades das empresas do setor de alimentação fora do lar, não pretendendo substituir, em nenhuma instância, a legislação existente no país para o setor.

Art. 5º As empresas do setor de alimentação fora do lar deverão exercer suas atividades afins, em conformidade com a legislação específica que lhe é aplicável, os acordos e as convenções, coletivas ou individuais, da categoria e as normas estabelecidas neste Código.

Art. 6º O Código compreende normas de conduta de caráter ético, socialmente aceitas, dirigidas às empresas do setor de alimentação fora do lar, disciplinando e orientando seu relacionamento com o mercado.

Art. 7º Aquelas empresas que aderirem a este Código poderão ser punidos com censuras e denúncias da comunidade empresarial (do setor de alimentação fora do lar e seus fornecedores) e da Sociedade no caso de práticas contrárias às condutas éticas e socialmente responsáveis estabelecidas.

Art. 8º As empresas do setor de alimentação fora do lar deverão exercer suas atividades em regime de livre e leal concorrência, cabendo-lhes zelar pela imagem da categoria e pela qualidade dos serviços que oferecem, vendem e prestam, baseadas na ética e na aptidão técnica de seus dirigentes, empregados e prepostos.

CAPÍTULO IV

DAS RELAÇÕES COM AS PARTES INTERESSADAS

SEÇÃO I

DAS RELAÇÕES COM O PÚBLICO INTERNO

Art. 9º O público interno compõe-se da força de trabalho -empregados ou terceiros- contratada pelas empresas do setor de alimentação fora do lar.

Art. 10 Os empregados terão liberdade para negociar coletivamente e escolher as associações e sindicatos que queiram se afiliar.

Art. 11 As empresas deverão priorizar a contratação de mão-de-obra local, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do seu entorno.

Art. 12 As empresas obrigar-se-ão a respeitar e cumprir os direitos constitucionais de sua força de trabalho, considerando as peculiaridades da atividade, inclusive no que diz respeito à sazonalidade.

Art. 13 Deverá ser proporcionado aos empregados um ambiente de trabalho que seja seguro e higiênico, preservando sua saúde e seu bem-estar.

Art. 14 As empresas deverão manter atividades sistemáticas de capacitação e qualificação, visando o aperfeiçoamento contínuo do seu pessoal.

Parágrafo único. As empresas incentivarão a participação de seus colaboradores em cursos, palestras e eventos, procurando adequar as competências já adquiridas às necessidades das funções a serem exercidas.

Art. 15 As empresas contratarão menores de idade somente em sistemas de aprendizagem, em cumprimento aos dispositivos legais de proteção à Criança e ao Adolescente.

Art. 16 As empresas do setor não poderão exercer qualquer tipo de discriminação para com seus empregados, seja de raça, origem, religião, sexo, idade, etc., devendo adotar normas internas que proíbam práticas discriminatórias nos processos de contratação, promoção e demissão.

Parágrafo único. Para o recrutamento e a seleção será analisado o perfil profissional dos candidatos a partir das competências já adquiridas por estudo ou experiência profissional, frente às competências necessárias ao desenvolvimento das atividades de determinadas funções.

Art. 17 Todo profissional deverá ser respeitado em seu ambiente de trabalho, não sendo permitido qualquer tipo de arbitrariedade das lideranças para com seus subordinados, como também, não sendo toleradas situações relativas a assédio sexual e/ou abuso de poder ou assédio moral.

Art. 18 Todo profissional do setor, independente do nível hierárquico, deverá preservar a imagem da empresa e dos seus colegas, dando tratamento de cunho restrito da empresa às informações empresariais classificadas como sigilosas e confidenciais.

Art. 19 Os empregados deverão conhecer, antecipadamente, as formas como serão avaliados, cabendo que se adote a meritocracia (desempenho profissional) como o principal critério nas promoções.

Parágrafo único. Aos empregados deverá ser proporcionado o acesso aos níveis mais elevados do cargo respectivo nas empresas onde houver quadro de pessoal organizado em plano de carreira.

Art. 20 As empresas deverão analisar e discutir com os seus empregados as alternativas de contenção e redução de despesas, antes de eliminar postos de trabalho com esses propósitos.

Art. 21 A política de remuneração das empresas do setor de alimentação fora do lar deverá ser formalizada e divulgada para sua força de trabalho.

SEÇÃO II

DAS RELAÇÕES COM O PÚBLICO EXTERNO

Art. 22 As empresas dispensarão ao público externo o atendimento estabelecido na legislação comum e específica, no Código de Defesa do Consumidor e neste Código de Conduta, mantendo, sempre, um tratamento educado e respeitoso.

Art. 23 As empresas deverão estabelecer uma permanente e ampla comunicação com os clientes para esclarecimentos sobre os aspectos relativos às características dos serviços que oferecem, não sendo permitido ocultar as formas e/ou modalidades de pagamento aceitas e outras garantias que venham a ser necessárias.

Art. 24 As manifestações dos clientes deverão ser registradas e suas demandas, sendo procedentes, resolvidas, individualmente.

Parágrafo único: as situações descritas no *caput* deste artigo deverão ser de conhecimento interno às empresas.

Art. 25 As empresas poderão recusar atendimento ou a permanência do consumidor que venham a praticar atos atentatórios ao decoro e aos bons costumes, acarretar prejuízos patrimoniais ou estiver sendo procurado por autoridades policiais ou judiciárias.

Art. 26 As empresas deverão manter discrição sobre as informações de seus clientes, mesmo na hipótese de inadimplência.

Art. 27 É vedada a veiculação ou apoio à chamada "propaganda enganosa", ou seja, a divulgação de informações falsas a respeito de serviços ou produtos.

Art. 28 As empresas deverão orientar sua força de trabalho no que tange a não discriminação dos seus clientes em qualquer aspecto.

Art. 29 As empresas deverão utilizar o princípio da saudabilidade na prestação dos seus serviços, apresentando aos clientes possibilidades de consumo consciente quanto ao impacto dos alimentos em sua saúde.

SEÇÃO III

DAS RELAÇÕES COM OS FORNECEDORES

Art. 30 As empresas deverão observar, no processo de contratação de fornecedores, sua regularidade fiscal e outros aspectos legais, bem como, seu atendimento às questões relacionadas à segurança dos alimentos.

Art. 31 Deverá ser registrado junto aos órgãos públicos competentes qualquer tipo de abuso de poder por parte das empresas fornecedoras, exigindo-se uma relação equilibrada quanto aos direitos e deveres contratuais.

Art. 32 As empresas terão a responsabilidade de manter negociações éticas, comercialmente justas e transparentes com seus fornecedores.

Parágrafo único. Em situações de conflito, caberá às empresas manter um relacionamento pautado na cordialidade e honestidade.

Art. 33 Na contratação de empresas terceirizadas, as empresas deverão acompanhar, periodicamente, o cumprimento dos aspectos contratuais estabelecidos e sua regularidade quanto ao correto cumprimento da legislação trabalhista, previdenciária, fiscal e do consumidor.

Art. 34 As empresas deverão cumprir com suas obrigações contratuais, em especial àquelas relativas a pagamentos dentro dos prazos estabelecidos, exigindo comportamento semelhante dos seus fornecedores.

Art. 35 As empresas deverão selecionar e avaliar os seus fornecedores não apenas por normas de caráter econômico, como também, por normas transparentes que estabeleçam a exigência do cumprimento da legislação trabalhista, previdenciária, fiscal e do consumidor, como também, do atendimento ao Estatuto da Criança e do Adolescente.

Art. 36 As empresas deverão avaliar a qualidade dos produtos e serviço adquiridos junto aos seus fornecedores, observando, especialmente, se os insumos que utilizam no preparo das refeições estão livres de impurezas e alterações que comprometam a saúde dos seus clientes.

Art. 37 A compra de produtos falsificados, contrabandeados ou de origem não comprovada não será permitida, como forma de assegurar o princípio da concorrência leal e de contribuir para uma sociedade mais justa e segura.

Parágrafo único. Deverão ser denunciadas empresas que, comprovadamente, estejam vendendo mercadorias enquadradas nas situações, descritas no *caput* do artigo ou que tenham sido roubadas.

SEÇÃO IV

DAS RELAÇÕES COM OS CONCORRENTES -

Art. 38 A relação com os concorrentes deverá, sempre, respeitar o comportamento ético, não podendo jamais utilizar práticas de difamação, disseminação de inverdades, sabotagens, contratação de empregados de concorrentes para obtenção de informações privilegiadas, e outros atos ilícitos e antiéticos.

Art. 39 As empresas deverão promover o intercâmbio de informações de natureza comercial, profissional e técnica, salvaguardadas as de interesse individual e evitadas as que reflitam juízos subjetivos.

Art. 40 As empresas deverão apoiar e disseminar a formalização do setor, contribuindo para que outras empresas venham a estar devidamente regularizadas de acordo com a legislação vigente.

Art. 41 Na veiculação de publicidade, em quaisquer dos meios de divulgação, ou mesmo, em caráter informal, não poderão fazer comentários desairosos, preconceituosos, discriminatórios e propaganda comparativa que depreciem a concorrência.

Art. 42 As empresas deverão, sempre que possível, evitar o recrutamento de profissionais dos quadros da concorrência, amparados em propostas que configurem abuso do poder econômico.

Parágrafo único. Em caso de contratação de empregados de concorrentes, a empresa deverá proceder de acordo com os trâmites aceitos pelo mercado, visando resultados benéficos para todos os envolvidos.

Art. 43 As empresas não deverão interferir no caso de seus empregados utilizarem produtos de concorrentes, respeitando o seu livre arbítrio e sua condição de consumidor.

Art. 44 As empresas deverão praticar preços livres, compatíveis aos interesses da categoria e ao mercado, estando, explicitamente, vedados o aviltamento de preços, assim considerado quando são praticados preços inferiores aos custos dos serviços oferecidos, vencidos e prestados, da mesma forma, a prática de preços, visivelmente, abusivos.

SEÇÃO V

DAS RELAÇÕES COM O GOVERNO

Art. 45 As empresas obrigam-se-ão ao pagamento de todos os tributos e, sempre que necessário, participar da discussão da elaboração de políticas governamentais adequadas para o setor.

Art. 46 Caberá às empresas avaliar, cuidadosamente, se existe um comportamento ético e de respeito, clareza e honestidade. quando em contato com o mundo da política e da administração pública, em programas tecnológicos, licitações, contratos, definição de alíquotas de impostos, subsídios, incentivos fiscais, regras de importação e exportação ou contribuições para campanhas políticas, assegurando sua decisão e/ou participação com o que for de mais transparente e benéfico para a sociedade.

SEÇÃO VI

DAS RELAÇÕES COM AS ORGANIZAÇÕES NÃO-GOVERNAMENTAIS, A COMUNIDADE E A SOCIEDADE EM GERAL

Art. 47 A decisão pela associação ou parceria com organizações não-governamentais, com a comunidade e com a Sociedade deverá ser motivada pela busca do bem estar coletivo, em atendimento aos conceitos de Responsabilidade Social.

Art. 48 As empresas deverão adotar medidas corretivas e reparadoras, em relação ao seu negócio, em resposta as reclamações e manifestações da comunidade.

Art. 49 As empresas deverão buscar conhecer o trabalho de algumas organizações locais e apoiar projetos específicos, como também, participar da vida associativa local.

Art. 50 As empresas deverão obter informações e valorizar as atividades voluntárias desenvolvidas por seus empregados, por meio de ações internas, comunicação em informativo ou destaque em eventos da empresa.

Art. 51 A concepção urbanística e arquitetônica e o modo de exploração dos bares e restaurantes deverão visar a sua melhor integração no contexto econômico, cultural e social da comunidade, valorizando as tradições locais.

CAPÍTULO V

DAS PRÁTICAS PERMANENTES E ESPECIAIS

SEÇÃO I

DAS PRÁTICAS EM DEFESA DO MEIO AMBIENTE

Art. 52 As empresas deverão desenvolver atividades de educação ambiental focadas nos públicos interno e externo, visando reforçar a conscientização de cidadania ecológica.

Art. 53 As empresas deverão realizar, regularmente, a prevenção, o controle e o acompanhamento do impacto ambiental, em conformidade com as exigências da legislação, como também, desenvolver parcerias com empresas habilitadas em processos de destinação final de produtos, serviços e dejetos como forma de garantir a destinação adequada dos seus resíduos e dejetos.

Art. 54 A adoção de medidas para reduzir o consumo de energia, de água e de produtos tóxicos deverá ser compromisso dos gestores das empresas.

Art. 55 As empresas deverão cumprir os parâmetros e requisitos exigidos pela legislação quanto à poluição sonora.

SEÇÃO II

DAS PRÁTICAS CONTRA A EXPLORAÇÃO SEXUAL INFANTO-JUVENIL

Art. 56 As empresas deverão apoiar e divulgar políticas empresariais éticas e consistentes contra a exploração sexual infanto-juvenil, comprometendo-se a consolidá-las na imagem e filosofia da empresa e/ou instituição em fiel cumprimento ao Estatuto da Criança e do Adolescente.

Art. 57 Os empregados deverão ser treinados sobre como identificar e como agir em situações de exploração sexual infanto-juvenil.

Art. 58 Os responsáveis pelas empresas deverão, nas suas relações comerciais com a cadeia produtiva do turismo, impedir o favorecimento de pessoas ou empresas envolvidas com o aliciamento e abuso sexual de crianças e adolescentes.

Art. 59 As empresas deverão tornar público, da forma que lhe for mais conveniente, que se empenham ativamente na proteção das crianças e dos adolescentes.

Art. 60 Serão proibidas a veiculação de anúncios ou outras formas de comunicação publicitária que incentive a prática da exploração sexual infanto-juvenil, nos estabelecimentos de alimentação fora do lar.

Art. 61 A exploração sexual infanto-juvenil deverá ser denunciada, inclusive quando praticada por clientes que venham utilizar seu estabelecimento.

SEÇÃO III

DAS PRÁTICAS DE SEGURANÇA DOS ALIMENTOS

Art. 62 As empresas deverão comprometer-se com a observância da legislação vigente sobre a segurança dos alimentos (da ANVISA), cabendo aos empresários do setor desenvolver uma postura contributiva para a evolução das políticas públicas sobre o tema, bem como, sua divulgação.

Art. 63 O ambiente de trabalho deverá possibilitar, por intermédio de instalações, equipamentos e materiais adequados, que os empregados manipulem os alimentos de acordo com as normas brasileiras de segurança dos alimentos.

Art. 64 Na ocorrência de um surto de doenças provocadas por alimentos, a empresa responsável deverá prestar apoio aos prejudicados, o mesmo ocorrendo com acidentes de consumo ocorrido em suas dependências ou decorrentes de produtos por elas comercializados ou serviços prestados.

Art. 65 As empresas deverão estar preparadas para disponibilizar aos seus clientes informações referentes aos ingredientes utilizados no preparo do alimento, no sentido de prevenir reações alérgicas nos clientes com necessidades especiais e hipersensibilidades.

Art. 66 É vedada a compra e utilização no preparo dos alimentos e produtos, cujos prazos de validade estejam vencidos, ou que se encontrem deteriorados, alterados ou avariados.

- SEÇÃO IV -

DAS PRÁTICAS CONTRA O TABAGISMO E O ALCOOLISMO

Art. 67 O uso e a propaganda de produtos fumíferos, derivados, ou não, do tabaco, e de bebidas alcoólicas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas por Lei, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

Art. 68 As empresas deverão seguir a legislação quanto à proibição do uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumífero, derivado, ou não, do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada, exclusivamente, para esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.

Art. 69 É vedado às empresas estimular o consumo exagerado ou irresponsável de bebidas alcoólicas.

Art. 70 As empresas deverão seguir, rigorosamente, a lei de proibição à venda de produtos fumíferos e bebidas alcoólicas para menores de 18 anos.

SEÇÃO V

DAS PRÁTICAS DE INCLUSÃO DOS PORTADORES DE NECESSIDADES ESPECIAIS

Art. 71 Deverá ser disponibilizado, por parte das empresas, um treinamento especial aos empregados para o atendimento a portadores de necessidades especiais.

Art. 72 Os empresários do setor deverão considerar, nas novas construções ou reformas a serem realizadas, a partir da data de adesão a este Código de Conduta, o princípio da acessibilidade nas entradas, saídas e banheiros de suas empresas.

SEÇÃO VI

DAS PRÁTICAS DE TRATAMENTO AO TURISTA

Art. 73 As empresas assumem o compromisso de fortalecer a gastronomia regional por meio do desenvolvimento de receitas que utilizem ingredientes locais, respeitando os hábitos de alimentação da comunidade.

Art. 74 Deverão ser disponibilizados ao turista estrangeiro cardápios escritos em Língua Portuguesa e, no mínimo, em mais duas línguas estrangeiras.

Art. 75 Os colaboradores de estabelecimentos tradicionalmente turísticos, ou localizados em destinos turísticos, deverão estar habilitados a falar a terminologia usual da sua função, em pelo menos um idioma estrangeiro.

Art. 76 Os colaboradores das empresas, quando lhes couber, deverão orientar o turista sobre aspectos importantes para a preservação de sua segurança física e patrimonial.

Art. 77 Deverá ser garantido ao turista nacional ou internacional o mesmo tratamento dispensado aos clientes locais, especialmente, no que diz respeito à prática de preços e modalidades de pagamento.

CAPÍTULO VI

DA APLICAÇÃO

Art. 78 É criada a Comissão Nacional de Monitoramento deste Código de Conduta, composta por 10 (dez) associados, sendo 5 (cinco) titulares e 5 (cinco) suplentes, escolhidos pela Assembléia Geral da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - ABRASEL que aprovará este Código, tendo por primeiras atribuições a implantação do Código e o acompanhamento de processo.

§ 1º Os integrantes da Comissão de Monitoramento serão designados nas Assembléias Gerais Ordinárias da ABRASEL, para mandato de 2 (dois) anos podendo ser renovado por igual período;

§ 2º A ABRASEL promoverá, nas representações estaduais e do Distrito Federal, a criação e implantação de Comissões de Monitoramento, para os fins deste artigo, cujo funcionamento observará as disposições deste Código e as normas que o complementem.

Art. 79 As empresas do setor de alimentação fora do lar que assinarem **Termo de Adesão ao Código de Conduta** permitirão aos integrantes da Comissão de Monitoramento, ou a quem seja por ela designado, livre acesso às informações necessárias para apreciação das infrações previstas neste Código, garantido o uso das mesmas, exclusivamente, para esse fim.

Art. 80 As Comissões de Monitoramento deverão propor a expedição de normas procedimentais, visando a operacionalização deste Código, as quais serão submetidas à aprovação da primeira Assembléia Geral subsequente, preservado, sempre, o amplo direito de defesa e a isenção na apreciação de infrações nele estabelecidas.

Art. 81 As Comissões de Monitoramento terão a competência para promover ampla divulgação deste Código, devendo ser responsáveis para elaborar e aprovar o Termo de Adesão ao Código de Conduta, revisando-o, no máximo, cada 2 (dois) anos.

CAPÍTULO VII

DAS INFRAÇÕES, APURAÇÃO E MEDIDAS DISCIPLINARES

SEÇÃO I

Das Infrações

Art. 82 Serão consideradas infrações toda e qualquer situação que entre em conflito com as cláusulas estabelecidas neste Código e que não forem prevenidas ou reparadas em tempo estabelecido pela Comissão de Ética.

Art. 83 A comissão terá liberdade na definição e julgamento de todas as situações, podendo utilizar especialistas e/ou outros órgãos relacionados às empresas do setor de alimentação fora do lar.

SEÇÃO II

Da Apuração

Art. 84 É instituído o Sistema de Ética do Setor de Alimentação Fora do Lar, composto pela Comissão de Ética prevista no art. 81. e pelas Comissões de Ética que serão criadas pelas representações estaduais e do Distrito Federal da ABRASEL, com a atribuição de apurar as condutas das empresas que aderiram ao Código, quando contrárias ao estabelecido.

Art. 85 A apuração prevista no artigo anterior caberá à representação estadual ou do Distrito Federal da ABRASEL, em cujo território esteja localizada a empresa da qual está sendo imputada a conduta irregular, podendo esta, se julgar necessário, solicitar a participação do Conselho Nacional da ABRASEL, que adotará as devidas medidas.

Art. 86 O processo de apuração será instaurado, de ofício, pelo Presidente da Comissão de Ética, ou por notícia, por escrito, de prática de conduta tida como irregular, de autoria identificada, sendo observado o seguinte fluxo básico:

- I. Instaurado o processo, a empresa acusada será notificada e terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da data do recebimento da notificação para se defender, podendo juntar documento e solicitar outras provas adicionais no momento da apresentação de sua defesa;
- II. Recebida a manifestação, será designado um Relator que deferirá, ou não, o atendimento à solicitação das provas pela parte denunciada, e determinará as diligências, dando ciência do denunciante, que entender necessárias;
- III. Encerrada a instrução do processo, o Relator designado, no prazo máximo de 10 (dez) dias, elaborará relatório e proferirá seu voto, em sessão de julgamento da Comissão de Ética, que deverá participar às partes a data do mesmo, com antecedência de pelo menos 5 (cinco) dias.
- IV. Julgado o processo, em regime de voto, com decisão da maioria, as partes envolvidas serão notificadas da decisão, podendo, no prazo de 10 (dez) dias do recebimento da ciência da decisão, interpor recurso, com efeito suspensivo, junto à Comissão de Ética.

§ 1º - Instaurado o processo de apuração, a Comissão de Ética deverá proferir a decisão no prazo máximo de 30 (trinta) dias.

§ 2º - No caso de haver razões excepcionais de justificação, em ambas as instâncias, o prazo estipulado no parágrafo anterior poderá ser prorrogado por mais 15 (quinze) dias.

SEÇÃO III

DAS MEDIDAS DISCIPLINARES

Art. 87 Concluídos os processos e constatada(s) conduta(s) irregular(es) das empresas abrangidas por este Código, implicará a aplicação, isolada ou cumulativa, das seguintes penalidades:

I - advertência escrita;

II - censura pública;

III - indenização por perdas e danos.

Parágrafo Único: Além das penalidades previstas no *caput* deste artigo, será determinada a imediata cessação da prática de conduta irregular.

Art. 88 Caso não fique(m) constatada(s) conduta(s) irregular(es), a Comissão de Ética poderá determinar a retratação à empresa por quem a tiver denunciado, se ficar comprovada a existência de dolo.

Art. 89 Caso a apuração conclua pela existência de indícios de que a condução irregular tenha sido praticada por empresas de outros segmento turísticos, o Conselho de Ética solicitará providências ao Conselho Nacional de Auto-Regulamentação das Atividades Turísticas - CONATUR.

Art. 90 Em qualquer caso, se a decisão não resultar na cessação da prática irregular, o Conselho de Ética poderá solicitar aos órgãos competentes as providências administrativas, policiais ou judiciais pertinentes.

Art. 91 A qualquer tempo, a empresa punida poderá apresentar fatos novos ou desconhecidos à época da apuração, solicitando revisão da penalidade que lhe foi aplicada.

CAPÍTULO VIII

DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 92 Este Código entrará em vigor 30 (trinta) dias após o seu registro junto ao Cartório no qual estão arquivados os estatutários da ABRASEL.

Art. 93 Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão de Ética.