

**CÓDIGO DE ÉTICA,
CONDUTA E
INTEGRIDADE**

BELO HORIZONTE

2022

FOLHA DE CONTROLE

INFORMAÇÕES GERAIS

Título	Código de Conduta e Ética
Número de Referência	V1
Número da Versão	V3
Aprovador	Diretoria
Data da Aprovação	21/03/2022
Data da Próxima Revisão	21/03/2023

HISTÓRICO DE VERSÕES

Versão	Motivo da Alteração	Data	Autor	Departamento
1	Versão Inicial	Set/2019	Gilmara Machado	Compliance
2	Versão 2	Mar/2021	Gilmara Machado	Compliance
3	Versão Atual	Mar/2022	Gilmara Machado	Compliance

Aprovado por:	Fabiano Lopes Ferreira Presidente	Magnum Lamounier Ferreira Diretor	Fernando Lamounier Ferreira Diretor
Data: 21/03/2022			

MENSAGEM DO PRESIDENTE

Orientar a elaboração de um Código de Ética, Conduta e Integridade de uma empresa qualquer já não é algo tão simples. Contudo, orientar a elaboração de um documento desta importância para uma empresa que comercializa “produtos” diretamente aos consumidores, principalmente quando os “produtos” são bastantes controvertidos, como é o consórcio, é preciso conhecimento técnico, prático e muita sensibilidade.

Assim, não se pode imaginar algo desta grandeza sem lembrar que, desde fins da década de 80, com a instituição da Constituição Federal e do Código de Defesa do Consumidor, os consumidores brasileiros adquiriram o direito *objetivo*. Depois, com o surgimento dos Procons e dos Juizados Especiais, os consumidores adquiriram o direito *subjetivo*, ou seja, os instrumentos de busca de seus direitos sem nenhum ônus.

Para enfrentar tudo isso, as empresas precisam de austeridade nas relações com seus profissionais, principalmente com os profissionais de vendas e pós-vendas. São necessários critérios e controles rígidos desde o recrutamento e treinamento, e nunca deixar de promover reciclagens constantes, abordando os termos em questão.

Em todos os treinamentos é preciso reforçar a conduta da empresa. Para isso, além de treinamentos e reciclagens constantes, será obrigatória a imposição da ética e da honestidade, e punir exemplarmente aqueles profissionais que cometem deslizes em suas condutas.

Os consumidores têm o direito de ter atendimento diferenciado, sendo orientados sobre o funcionamento dos produtos e dos serviços adquiridos. Nos contratos firmados, as cláusulas restritivas de direitos devem ser escritas de forma clara e objetiva e destacadas das demais cláusulas.

Assim, os critérios da empresa devem ser claros e objetivos, e é preciso ter cautela quanto à dosimetria das penas aplicadas aos profissionais faltantes, fazendo uso da advertência e suspensão, e para os casos graves, demissão por justa causa.

A empresa que implantar e executar os referidos procedimentos, com certeza, terá o respeito de seus consumidores e também de seus profissionais. Em princípio, todos almejam seriedade nas relações, seja nas relações com os consumidores ou com os profissionais da empresa.

Lembrem-se que, à luz dos empresários sérios, existem dois reis nas relações, os consumidores e os profissionais da empresa.

Cordialmente,



Fabiano Lopes Ferreira
Diretor Presidente e Jurídico



SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	06
2 OBJETIVO.....	07
3 ABRANGÊNCIA.....	07
4 DEFINIÇÃO: ÉTICA E MORAL.....	08
4.1 Ética.....	08
4.2 Moral.....	08
5 PRINCÍPIOS E VALORES ÉTICOS.....	09
6 PRINCÍPIOS DE ÉTICA, CONDUTA E INTEGRIDADE.....	09
7 PROTEÇÃO DE INFORMAÇÕES.....	12
8 CONFLITO DE INTERESSES.....	13
9 CONDUTAS RELATIVAS A MÍDIAS SOCIAIS.....	13
10 PATROCÍNIOS, BRINDES, PRESENTES E HOSPITALIDADE.....	14
11 ATIVIDADES PARALELAS.....	16
12 POLÍTICAS.....	16
13 CONDUTA.....	17
13.1 Dos Gestores.....	17
13.2 Dos Funcionários.....	18
13.3 Das Representações Autorizados.....	19
13.4 Com os Clientes.....	20
13.5 Com os Parceiros.....	20
13.6 Com o Setor Público.....	21
13.7 Com a Concorrência.....	21
13.8 Com a Comunidade.....	21

13.9 Com a Mídia.....	21
13.10 Com Fornecedores e Prestadores de Serviços.....	22
13.11 Com o Meio Ambiente.....	22
14 GESTÃO DA ÉTICA NA MULTIMARCAS CONSÓRCIOS.....	22
14.1 Comitê de Ética e Compliance.....	22
15 PROCESSO ÉTICO E SANÇÕES ÉTICAS.....	23
16 CANAIS DE COMUNICAÇÃO.....	24
17 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	25
REFERÊNCIAS.....	25

1 INTRODUÇÃO

A ética empresarial envolve os valores da empresa e seus princípios morais dentro da sociedade. Esse conceito é fundamental para uma organização que pretende construir uma boa imagem perante seus clientes, parceiros e concorrentes. Já a ética profissional, por sua vez, está associada a um conjunto de preceitos éticos e morais que guiam as atitudes e ações de colaboradores e determinam os princípios em que devem pautar sua conduta durante o exercício da profissão.

O Código de Ética, Conduta e Integridade da Multimarcas Consórcios se inspira na visão, na missão e nos valores institucionais, que, entrelaçados com a ética nas condutas em suas diferentes dimensões, objetivam uma construção de identidade e imagem de uma organização reconhecida, com foco no trabalho inovador e de excelência, alinhado às boas práticas de governança corporativa.

» MISSÃO

Formar e administrar grupos de consórcio, almejando uma posição de destaque no mercado consorcial brasileiro.

» VISÃO

Buscar o destaque no cenário nacional pautando muito mais pela sua eficiência e eficácia, do que pelo seu porte.

» VALORES

A empresa, embora sempre apresentando crescimento quantitativo, mantém sua maior preocupação com a qualidade dos serviços prestados como garantia real para seus consorciados.

Dito isto, o Código de Ética, Conduta e Integridade é extremamente importante para uma organização. É a partir dele que se pode estabelecer normas e regras que vão guiar os colaboradores a se portar no ambiente corporativo. Comunicar e promover a cultura

organizacional é essencial para que o código seja difundido de maneira eficiente e traga resultados positivos.

De acordo com Schwartz (2002), o Código de Ética nas Empresas deve ser regido por princípios básicos, a saber: a) confiabilidade; b) respeito; c) responsabilidade; d) cuidado; e) cidadania.

Assim, com base no exposto, o respeito ao Código de Ética, Conduta e Integridade por parte de cada um dos integrantes da Multimarcas Consórcios reafirma um dos nossos objetivos mais importantes, que é o de manter e consolidar a reputação da empresa perante aos clientes, fornecedores, parceiros e colaboradores.

2 OBJETIVO

Este Código de Ética, Conduta e Integridade tem por objetivo evidenciar e reforçar os valores da Multimarcas Consórcios, bem como sua identidade organizacional e os princípios que orientam a condução de suas atividades, alinhando-os à missão, aos valores e à visão que definem a empresa e, juntos, reforçam a sua condição de comprometimento com a excelência em todas as suas atividades.

3 ABRANGÊNCIA

O presente Código estabelece normas de ética, conduta e integridade que devem pautar as ações dos Diretores, Gerentes, Funcionários¹, Representantes Autorizados e todos aqueles que se relacionam, atuam ou prestam serviços em nome ou para a Multimarcas Consórcios, neste Código denominados “Colaboradores”.

Este Código deve ser cumprido por todos os Colaboradores, passando a ser obrigatório o conhecimento e obediência ao conteúdo aqui documentado, não sendo tolerado qualquer tipo de justificativa quanto ao desconhecimento em casos de descumprimento deste regulamento interno.

¹ Incluindo estagiários e menores aprendizes.

As disposições deste Código aplicam-se igualmente aos colaboradores que estejam em gozo de licença ou em outro afastamento equivalente, com ou sem remuneração, bem como àqueles que se encontrem cedidos ou requisitados.

4 DEFINIÇÃO: ÉTICA E MORAL

No contexto filosófico, ética e moral possuem diferentes significados. A ética está associada ao estudo fundamentado dos valores morais que orientam o comportamento humano em sociedade, enquanto a moral são os costumes, regras, tabus e convenções estabelecidos por cada sociedade.

No sentido prático, a finalidade da ética e da moral é muito semelhante. Ambas são responsáveis por construir as bases que vão guiar a conduta humana, determinando o seu caráter, altruísmo e virtudes, direcionando a forma de agir e de se comportar em sociedade.

4.1 Ética

A palavra ética se origina do termo *ethos* e significa modo de ser, ou seja, a ética examina a natureza dos valores morais. Para Segre (1999), a ética é uma característica autônoma e individual, uma vez que a capacidade de ação e decisão deve partir da especificidade de cada indivíduo e não das experiências vistas e vivenciadas em seu meio.

Para Sung e Silva (1995), a ética se reflete na prática dos costumes, esta diz respeito ao caráter de cada um, é o julgamento dos fatos de acordo com as experiências vividas no meio social, ou seja, é uma reflexão sobre a moral.

4.2 Moral

A palavra moral se origina do termo em latim *moralis* e se refere aos costumes. A moral, de acordo com Senge (1999), diz respeito ao conjunto de leis, preceitos e normas que são adquiridos e transmitidos por nossa sociedade de acordo com o convívio entre as pessoas. É um tipo de julgamento coletivo do que se deve fazer. Ser moral é levar em conta o que é normal no meio em que se vive.

A moral é o conjunto de costumes de uma sociedade, ou seja, é a cultura de um povo, é o conjunto de regras aplicadas no cotidiano e usadas continuamente por cada cidadão. Essas regras orientam cada indivíduo, norteando as suas ações e os seus julgamentos sobre o que é moral ou imoral, certo ou errado, bom ou mau.

5 PRINCÍPIOS E VALORES ÉTICOS

A ética sempre fez e fará parte da Multimarcas Consórcios. Assim, devemos garantir que nossa atuação seja guiada por nossos valores e pelos seguintes princípios:

- legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência;
- boa-fé;
- confiabilidade (honestidade, integridade, lealdade);
- prevalência do interesse institucional;
- conformidade e decoro no desempenho de suas atividades;
- respeito, cortesia e cooperação em todas as relações;
- transparência, clareza e tempestividade;
- assiduidade e pontualidade;
- cidadania (prática dos direitos e deveres);
- comprometimento;
- respeito à dignidade da pessoa;
- não discriminação, equidade e garantia de igualdade de direitos e oportunidades a todos.

6 PRINCÍPIOS DE ÉTICA, CONDUTA E INTEGRIDADE

Os princípios de ética, conduta e integridade são resultantes da conduta ética que deve imperar no ambiente de trabalho e em suas relações interpessoais, são direitos e garantias dos colaboradores:

- oportunidades de crescimento intelectual e profissional na carreira e reconhecimento de desempenho;
- liberdade de manifestação, observado o respeito à imagem da Instituição e dos demais colaboradores - importante registrar que a liberdade de manifestação não inclui violações a direitos humanos e não se dá em nome da Multimarcas Consórcios;

- conhecimento sobre fatos que possam prejudicar seu desempenho ou sua reputação;
- garantia de proteção da informação de ordem pessoal;
- representação ou denúncia ao Compliance sempre que tiver conhecimento de conduta em desacordo com os princípios e regras previstos neste Código;
- conhecimento do teor da acusação e vista dos autos, quando for objeto de investigação, desde que não haja necessidade ou se recomende sigilo;
- garantia de defesa de interesse ou direito legítimo.

Com base no exposto, não permitiremos condutas incompatíveis com nossos valores e princípios, a saber:

- preferências, favorecimentos ou privilégios em função de posição social ou hierárquica ou tempo de trabalho na empresa;
- intimidações ou ameaças, atitudes abusivas contra a integridade moral e física de qualquer pessoa;
- atitudes ou palavras que possam ser caracterizadas como assédio moral² ou assédio sexual³; desrespeito aos direitos humanos e discriminação em função de raça, sexo, idade, estado civil, religião, orientação sexual, necessidades especiais, nacionalidade, convicção política e/ou qualquer outra forma de preconceito;
- adoção de condições inadequadas de trabalho, bem como utilização de mão-de-obra escrava ou trabalho infantil;
- condutas ilícitas ou criminosas, práticas fraudulentas ou de corrupção (suborno, tráfico de influência, lavagem de dinheiro, práticas terroristas, ocultação de bens, vantagens indevidas, falsificações e outros).

Dito isto, buscamos oferecer condições que estimulem o coletivo e o aprimoramento contínuo para que nossos colaboradores se sintam valorizados e se orgulhem de fazer parte da Multimarcas Consórcios. Reforçamos que os nossos gestores representam um importante papel no desenvolvimento de nossos colaboradores, contribuindo com a manutenção de um

² O assédio moral consiste na repetição deliberada de gestos, palavras e/ou comportamentos de natureza psicológica, os quais expõem o (a) colaborador (a) a situações humilhantes e constrangedoras, capazes de lhes causar ofensa à personalidade, à dignidade ou à integridade psíquica ou física, com o objetivo de excluí-los (as) das suas funções ou de deteriorar o ambiente de trabalho.

³ O assédio sexual caracteriza-se por constranger alguém, com o intuito de obter vantagem ou favorecimento sexual, prevalecendo-se o agente da sua condição de superior hierárquico ou ascendência inerentes ao exercício de emprego, cargo ou função. Envolve uma série de condutas ofensivas à dignidade sexual que desrespeitam sua liberdade e integridade física, moral ou psicológica.

ambiente harmônico, saudável, agradável e confiável. Assim, é responsabilidade dos colaboradores:

- agir com lealdade e boa-fé;
- ser justo e honesto no desempenho de suas funções e em suas relações com demais colaboradores, superiores e com os usuários do serviço;
- atuar com presteza e tempestividade em suas atividades e nas relações com os diversos públicos;
- adotar uma conduta ética, honesta e digna, em conformidade com as leis e os padrões éticos da sociedade;
- garantir que os assuntos considerados sigilosos pela Multimarcas Consórcios sejam tratados como tal;
- respeitar a legislação vigente, bem como as políticas e regulamentos internos;
- agir coerentemente com o discurso adotado pela Multimarcas Consórcios e sempre alinhado com este Código;
- ter comprometimento com a otimização e redução dos custos e despesas em todas as nossas atividades, priorizando a qualidade e a eficiência;
- compreender que a empresa possui uma postura isenta em relação a assuntos políticos e religiosos sendo necessário respeitar a opção política e a crença religiosa dos colegas;
- praticar a cortesia e a sociabilidade nas relações e respeitar as características e as limitações individuais das demais pessoas, sem qualquer espécie de preconceito, discriminação ou distinção de raça, sexo, nacionalidade, cor, idade, religião, preferência política e posição social;
- não se valer do cargo ou posição para obtenção de favores ou benefícios pessoais;
- relatar, por meio do Canal de Denúncias, quaisquer comportamentos ilegais, não éticos ou inadequados sobre os quais tenha conhecimento, realizados por Colaboradores, Parceiros ou Representantes Autorizados;
- garantir que as operações/atividades que envolvam a empresa estejam amparadas pela legislação vigente;
- manter-se atualizado em relação à legislação e aos normativos pertinentes, buscando se atualizar constantemente para o exercício de suas funções;
- compreender que a excelência e a tradição da Multimarcas Consórcios geram a confiança que se estabelece naturalmente nas relações com os diversos públicos com os quais a instituição interage e em cujas relações se deve pesar não somente o que é legal e ilegal, o que

é justo e injusto, o que é conveniente e inconveniente, o que é oportuno e inoportuno, mas principalmente o que é honesto e o que é desonesto;

- agir com respeito aos direitos humanos e ao meio ambiente.

7 PROTEÇÃO DE INFORMAÇÕES

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)⁴ estabelece diretrizes importantes e obrigatórias para a coleta, processamento e armazenamento de dados pessoais. Com base nisso, o sigilo de dados é uma questão de responsabilidade com a organização, seus colaboradores, parceiros e clientes. Dito isto, julgamos muito importante registrar que assumimos formalmente o compromisso de proteção, garantindo que nenhuma das informações às quais tivermos acesso, examinarmos ou vierem ao nosso conhecimento serão divulgadas sem que haja autorização prévia e específica para tal fim. Sendo assim, todos nós, somos responsáveis por tratar adequadamente as informações. Com base no exposto, é nossa obrigação:

- não compartilhar informações com outros colaboradores ou terceiros que não necessitem delas para a realização do seu trabalho, independente do meio de transmissão (impresso, eletrônico ou oral);
- respeitar o “Termo de Ciência” da Multimarcas Consórcios;
- respeitar a “Declaração de Consentimento para Tratamento de Dados” da Multimarcas Consórcios;
- manter sigilo e não divulgar informações confidenciais, mesmo após o término do vínculo de contrato com a Multimarcas Consórcios;
- não utilizar equipamentos e recursos pessoais (computadores, notebooks e e-mails) para acessar a rede da empresa e para realizar as atividades profissionais diárias sem autorização prévia;
- ter atenção e prudência ao realizar reuniões e/ou falar ao telefone em locais públicos;
- não utilizar informações da Multimarcas Consórcios em palestras e/ou trabalhos acadêmicos sem a devida aprovação formal.

⁴ Leis nº 13.709/2018 e nº 13.853/2019.

8 CONFLITO DE INTERESSES

Algumas situações podem gerar, favorecer ou sugerir um conflito entre os nossos interesses pessoais e os interesses da Multimarcas Consórcios ou de outros públicos de nosso relacionamento. Logo, devemos estar atentos e imbuídos em preservar os interesses da empresa seguindo as recomendações a seguir, mas não se limitando a elas:

- não permitir que razões pessoais, familiares ou qualquer outro motivo influenciem o julgamento quanto ao que é melhor para os negócios da Multimarcas Consórcios;
- não exercer internamente atividades incompatíveis com as atribuições do cargo ou a favor de terceiros, em detrimento aos objetivos da Multimarcas Consórcios;
- não auferir vantagem financeira, direta ou indiretamente, de instituições que mantenham relações comerciais com a Multimarcas Consórcios;
- não aceitar, direta ou indiretamente, dinheiro ou objeto de valor de qualquer pessoa ou entidade que tenha ou esteja interessada em criar relações comerciais com a Multimarcas Consórcios;
- não divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas obtidas em função do cargo ou das atividades exercidas;
- não atuar, direta ou indiretamente, em favor de interesses próprios ou de terceiros perante órgão regulador ou fiscalizador em razão do exercício do cargo.

Com base no exposto, cabe ao colaborador, comunicar imediatamente qualquer conflito de interesse, ou a presunção de sua existência, ao superior hierárquico.

9 CONDUTAS RELATIVAS ÀS MÍDIAS SOCIAIS

Sempre que o colaborador se identificar ou for identificável como vinculado à Multimarcas Consórcios no ambiente on-line deverá aplicar os dispositivos deste Código, devendo especialmente:

- separar os assuntos pessoais dos profissionais e não fazer parte de comentários especulativos que se refiram direta ou indiretamente a Multimarcas Consórcios;
- respeitar as regras de confidencialidade, não divulgando levemente informações que tenha tomado conhecimento devido à natureza do seu trabalho;

- realizar prudente análise antes de se posicionar em questões relativas a Multimarcas Consórcios;
- respeitar o horário de expediente no acesso às redes sociais (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, dentre outras), vedada a utilização de recursos tecnológicos da Multimarcas Consórcios para atividades de natureza particular.

10 PATROCÍNIOS, BRINDES, PRESENTES E HOSPITALIDADE

Devemos eliminar qualquer situação que possa interferir em nossas decisões ou causar algum descrédito em função da postura inadequada. Esta abordagem é necessária, pois visa mitigar o risco de comportamento corrupto (abuso de poder para benefício pessoal ou corporativo), bem como aparência de comportamento corrupto, que podem colocar a Multimarcas Consórcios e as pessoas envolvidas em risco de sanção criminal e civil. Assim, fica estipulado que:

- Será considerada uma violação a este Código, a entrega, oferta, promessa ou recebimento de brindes, presentes e hospitalidade, independentemente do valor, quando:
 - » o ato possa influenciar de maneira inadequada qualquer decisão comercial que afete a Multimarcas Consórcios ou que possa resultar em uma vantagem indevida para a empresa ou qualquer outra pessoa;
 - » tenha interesse pessoal, profissional ou empresarial em decisão que possa ser tomada pelo colaborador, individualmente ou em caráter coletivo, em razão do cargo;
 - » represente interesse de terceiros, seja de pessoas, empresas ou entidades;
 - » quem recebe ou oferta, represente um Agente Público.
- É permitida a aceitação ou concessão de brindes corporativos quando estes:
 - » não tenham valor comercial ou sejam distribuídos por entidade de qualquer natureza a título de cortesia, propaganda, divulgação habitual ou por ocasião de eventos ou datas comemorativas de caráter histórico ou cultural, desde que não ultrapassem o valor unitário de R\$ 100,00 (cem reais), tais como material de escritório, agenda, caneta, calendário, boné, livro, chocolates, dentre outros equivalentes;
 - » possuam caráter geral e, portanto, não se destinem a agradecer exclusivamente um determinado colaborador.

- O Patrocínio é permitido desde que proporcione uma ação de integração e comunicação com a sociedade, objetivando consolidar a imagem da Multimarcas Consórcios, vinculando-a ao cumprimento de sua missão, destacando os valores a ela relacionados, bem como seus objetivos. Assim, o patrocínio deve:

- » estar em conformidade com os eixos principais: apoio à cultura (festivais, exposições, feiras, peças teatrais, músicos, dentre outros); apoio ao desporto (times, campeonatos, jogos, eventos, dentre outros); demais segmentos (a serem avaliados pela Diretoria);

- » conciliar os interesses institucionais e mercadológicos da empresa; que fortaleça o relacionamento com os municípios; que ressalte o seu comprometimento com a valorização cultural ou desportiva; que exerça seu compromisso com a comunidade e com questões socioambientais; que aumente a familiaridade da marca, intensificando seu reconhecimento; que agregue novas dimensões à marca, promovendo seus valores essenciais; que demonstre permanente interesse em relação a tudo aquilo que possa contribuir para o bem da comunidade, reforçando seu papel como empresa que fomenta o desenvolvimento do país; que fortaleça a marca da empresa na sua atividade fim, em âmbito nacional;

- » referir-se a eventos sociais (jogos, competições, sorteios) realizados em relação a iniciativas de envolvimento comunitário, ou como forma de apoio de patrocínio de parceiros empresariais, sendo fundamental que todas as doações sejam registradas. Importante ressaltar que tal prática é apoiada porque incentiva os parceiros empresariais a participarem dos esforços de envolvimento comunitário junto à Multimarcas Consórcios.

- É proibido e intolerável que os colaboradores aceitem como presente qualquer espécie em dinheiro ou equivalente (prêmios, comissões, doações ou vantagens de qualquer espécie), independentemente da quantia.

- O recebimento de brindes e/ou presentes não devem ocorrer de forma habitual para o mesmo colaborador ou indivíduo mais do que duas vezes em um período de 12 meses.

- Qualquer tipo de brinde ou presente recebido em desacordo com as orientações aqui expostas deverá ser comunicado ao Compliance e devolvido prontamente, pelo destinatário, aos seus respectivos remetentes.

- Caso o presente não possa ser recusado por algum motivo, o destinatário deverá encaminhar o bem ao Compliance para avaliação e deliberação junto à Diretoria.

11 ATIVIDADES PARALELAS

O colaborador não deve exercer atividades paralelas quando:

- configurar conflito de interesses;
- interferirem em suas atividades e responsabilidades perante a Multimarcas Consórcios;
- não seja compatível com seu horário de trabalho;
- sejam divulgadas ou utilizadas informações privilegiadas obtidas em função do desempenho de suas atividades junto a Multimarcas Consórcios.

No caso de atividades que envolvam a exposição de opiniões sobre assuntos que possam estar de alguma forma relacionados a Multimarcas Consórcios, tais como aulas ou palestras, publicações de artigos ou livros, manutenção de colunas ou blogs, tanto em meios físicos ou em ambiente on-line, o colaborador deve dar ciência de que as declarações publicadas são de sua única e exclusiva iniciativa e não representam, necessariamente, opinião, estratégia e posicionamento da Multimarcas Consórcios sobre o assunto.

12 POLÍTICAS

As Políticas adotadas pela Multimarcas Consórcios são amplamente divulgadas em seus canais internos, bem como em seu site. Assim, cabe aos Colaboradores e aos Representantes Autorizados se atentarem às mesmas, não apenas aquelas que visam manter a conformidade com as leis, como também as que visam garantir uma cultura de integridade e valorização de comportamentos éticos. Em especial as Políticas em destaque abaixo:

- Código de Ética, Conduta e Integridade;
- Política de Conformidade - Compliance;
- Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Combate ao Financiamento do Terrorismo - PLD/CFT;
- Manual de Controles Internos;
- Política de Privacidade - LGPD.

13 CONDUTA

13.1 Dos Gestores

Conduzimos a empresa a fim de assegurar as melhores práticas de governança corporativa. Assim, cabe aos Gestores⁵:

- agir com a responsabilidade que o cargo lhe confere;
- divulgar aos seus subordinados o conteúdo deste Código, evitando assim violações por falta de informação;
- respeitar rigorosamente a legislação vigente, em especial, aquelas voltadas para Proteção e Defesa do Consumidor, o Sistema de Consórcios, a Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento e Combate do Terrorismo (PLD/CFT) e à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD);
- manifestar-se de maneira imparcial e fundamentada em relação a posturas profissionais consideradas inadequadas frente aos princípios contidos neste Código;
- acolher as opiniões divergentes e de caráter construtivo e agir para solucionar os conflitos, acentuando, assim, o ambiente cooperativo;
- manter o ambiente de trabalho livre de embaraços decorrentes da formulação de críticas ou reprodução de boatos que atinjam a reputação dos colaboradores;
- dispor-se, nos trabalhos conjuntos, a compartilhar os seus conhecimentos e informações com profissionais de outras equipes, dentro das necessidades requeridas e acordos estabelecidos;
- rejeitar a utilização de mão de obra infantil, trabalho escravo ou semelhante que possam ser considerados violação aos direitos humanos;
- oferecer um comportamento modelo para todos os colaboradores da empresa;
- identificar os colaboradores que tenham violado este Código e apresentar a situação ao Compliance;
- fomentar uma cultura que gere a observância deste Código e incentivar os seus subordinados a apresentar dúvidas e preocupações em relação à sua aplicação.

⁵ Consideram-se gestores os Diretores, Gerentes e Líderes das Áreas.

13.2 Dos Funcionários

Um bom relacionamento com colaboradores é sinalizado pelo respeito, confiança e clima amistoso no ambiente de trabalho. Essa condição é construída com o tempo e nutrida pelo cuidado. Sem esses aspectos, o coletivo pode ficar propício à queda de produtividade, desmotivação, estresse, entre outros problemas. Assim, cabe aos colaboradores:

- apresentar-se ao trabalho no horário estabelecido, trajado de forma adequada ao ambiente de trabalho, se atentando às responsabilidades que o cargo lhe confere, à linguagem utilizada, à rotina diária e às atividades realizadas;
- desempenhar sua função com ética e integridade, bem como com elevado senso de comprometimento, responsabilidade e proatividade;
- respeitar rigorosamente a legislação vigente, em especial, aquelas voltadas para Proteção e Defesa do Consumidor, o Sistema de Consórcios, a Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento e Combate do Terrorismo (PLD/CFT) e à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD);
- focar nos objetivos científicos, culturais e sociais, não permitindo que a submissão a pressões de ordem ideológica, política ou econômica possam desviar a instituição de sua missão;
- reconhecer os erros cometidos, corrigindo-os a fim de identificar formas de evitá-los;
- conservar o patrimônio físico da empresa, seja as instalações, máquinas, equipamentos, móveis, entre outros. Não é permitido dispor dos equipamentos e outros bens para uso particular. Além do mais, é fundamental zelar pelos recursos materiais concedidos, utilizando-os de forma correta, legal e, primordialmente, para a execução das tarefas, protegendo-os de danos, manuseio inadequado, perdas ou extravios;
- atentar-se à “Política de Uso” no que se refere ao acesso à internet e ao telefone, bem como o uso de e-mails, softwares e hardwares;
- agir com responsabilidade socioambiental visando à preservação do meio ambiente e à promoção de atitudes sustentáveis;
- utilizar de forma adequada os benefícios disponibilizados pela Multimarcas Consórcios, a saber: plano de saúde, vale alimentação/refeição, vale transporte, dentre outros;
- obter prévia autorização para ausentar-se das atividades dentro do horário de trabalho, seja para tratar de assuntos pessoais ou para exercer outra atividade, remunerada ou não.

13.3 Da Representação Autorizada

A Representação Autorizada é parte fundamental da Multimarcas Consórcios, sendo responsável por fazer a intermediação de vendas de consórcios e o atendimento comercial dos clientes. Assim, torna-se necessário:

- respeitar rigorosamente a legislação vigente, em especial, aquelas voltadas para Proteção e Defesa do Consumidor, o Sistema de Consórcios, a Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento e Combate do Terrorismo (PLD/CFT) e à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD);
- realizar as vendas pautadas pelo Código de Defesa do Consumidor;
- ser transparente com seu cliente, informando-o sobre os serviços de forma direta e objetiva conforme estabelecido no Contrato de Adesão;
- manter normas e procedimentos que garantam processos livres de práticas antiéticas e ilegais;
- evitar qualquer situação em que possa existir dúvidas quanto à integridade das relações, na origem de valores recebidos e nas quais paira a possibilidade de existência de algum tipo de vantagem indevida;
- jamais divulgar informações, textos, documentos, comentários e/ou opiniões que não atendam a critérios de veracidade ou que sejam infundados;
- não divulgar informações que não condizem com o segmento da empresa ou que prejudiquem a confiabilidade dos nossos serviços, sendo proibido utilizar termos como: financiamento, empréstimo, carta contemplada, venda de carta, crédito imediato, facilidade para negativado, facilidade para autônomo, linha de Crédito, dentre outras de igual teor;
- conduzir as relações comerciais observando a legislação vigente, as práticas legais de mercado e, em especial, as normas nacionais e internacionais relativas à ordem econômica;
- rejeitar a ideia de obtenção de resultados a qualquer custo e buscar sempre colocar em primeiro plano atitudes alinhadas aos valores e interesses da instituição.

É importante ressaltar que a Representação Autorizada é responsável por danos pela utilização da marca Multimarcas Consórcios de forma indevida e em desconformidade à legislação. Sendo assim, o mesmo poderá responder judicialmente ou perante aos órgãos de defesa do consumidor.

13.4 Com os Clientes

Nossos esforços são voltados para concretizar o sonho do cliente, seja na aquisição de veículos, imóveis ou serviços. Visamos oferecer uma experiência de atendimento personalizada e focada nas necessidades dos clientes. Assim, torna-se necessário:

- agir sempre de maneira ética;
- adotar uma comunicação baseada em informações verdadeiras a respeito dos nossos produtos;
- atender com cortesia, qualidade e eficiência;
- responder às solicitações dos clientes de forma adequada, observando os prazos estipulados;
- respeitar rigorosamente a legislação vigente;
- evitar qualquer situação em que possa existir dúvidas quanto à integridade das relações, na origem de valores recebidos e nas quais paira a possibilidade de existência de algum tipo de vantagem indevida;
- manter normas e procedimentos que garantam processos livres de práticas antiéticas e ilegais;
- cumprir as regras contábeis e fiscais estabelecidas nas leis e regulamentos aplicáveis;
- não disponibilizar informações confidenciais e sensíveis, sendo necessário zelar pela segurança dos dados e informações, seja na forma física ou digital, adotando as devidas precauções para mantê-las em sigilo;
- conduzir as relações comerciais observando a legislação vigente, as práticas legais de mercado e, em especial, as normas nacionais e internacionais relativas à ordem econômica;
- rejeitar a ideia de obtenção de resultados a qualquer custo e buscar sempre colocar em primeiro plano atitudes alinhadas aos valores e interesses da instituição.

13.5 Com os Parceiros

Consideramos nossos parceiros empresas aliadas e comprometidas com a nossa organização. Nossas parcerias são estabelecidas com base em relacionamentos duradouros, pautadas no respeito e na confiança mútua. Com o foco em parcerias de longo prazo, buscamos instituições sustentáveis e que tenham forte compromisso com a ética e a transparência.

13.6 Com o Setor Público

Adotamos um bom relacionamento com todas as esferas públicas, autoridades locais, estaduais e nacionais, como prefeituras, agências reguladoras e entidades governamentais. Reforçamos nosso compromisso com o respeito às leis, normas e regulamentos desses órgãos e o cumprimento de nossos deveres.

13.7 Com a Concorrência

Acreditamos na concorrência leal e mantemos uma relação profissional, de respeito e cordialidade. Nos pautamos na ética e transparência, bem como na legislação pertinente.

13.8 Com a Comunidade

Reconhecemos a necessidade de colaborar para o desenvolvimento social. Assim, buscamos o diálogo aberto e transparente, estabelecendo relações éticas, de respeito e não discriminação. Além do mais, incentivamos o desenvolvimento da sociedade, tanto na geração de empregos quanto no cumprimento das leis vigentes.

13.9 Com a Mídia

Prezamos por um bom relacionamento com todas as formas de imprensa e valorizamos uma comunicação objetiva e transparente. Sabemos do nosso papel como formadores de opinião em função da representatividade de nossa empresa, assim, baseamos nosso relacionamento em princípios éticos, bem como na valorização da imagem da empresa.

Assim, fica definido que, as demandas de imprensa solicitadas à Multimarcas Consórcios, devem ser comunicadas imediatamente à Diretoria para conhecimento e alinhamento institucional, antes de seu atendimento.

A pessoa não autorizada a falar em nome da Multimarcas Consórcios que for abordada pela imprensa deverá se abster de prestar informações e direcionar o atendimento à Assessoria de Comunicação.

Importante ressaltar que, nenhum Colaborador e/ou Representante Autorizado estão autorizados a falar em nome da Multimarcas Consórcios, os porta-vozes são os Diretores ou quem seja designado para tal.

13.10 Com Fornecedores e Prestadores de Serviços

Buscamos relações profissionais e isentas de favorecimentos com nossos fornecedores. Da mesma forma que nos preocupamos em agir com ética em todas as nossas relações, esperamos dos nossos fornecedores e prestadores de serviço a mesma postura. Assim, visamos manter relações a partir de práticas comerciais legais, eficientes e justas, pautadas no respeito e honestidade, na legislação vigente e no cumprimento integral das obrigações contratuais assumidas.

13.11 Com o Meio Ambiente

A preservação do meio ambiente e a promoção de atitudes sustentáveis são prioridades para nós. Assim visamos cumprir e respeitar a legislação ambiental vigente, agindo com respeito à dignidade humana e responsabilidade social, visando ao desenvolvimento sustentável.

14 GESTÃO DA ÉTICA NA MULTIMARCAS CONSÓRCIOS

A aplicação das diretrizes deste Código e a manutenção de um ambiente com padrões elevados de conduta é compromisso de todos os colaboradores.

14.1 Comitê de Ética e Compliance

O Comitê de Ética e Compliance da Multimarcas Consórcios é um órgão de planejamento, coordenação e supervisão das atividades de Compliance da empresa, este possui caráter consultivo e orientativo. Todas as questões inerentes ao cumprimento das Políticas Institucionais, suas ferramentas de monitoramento e fiscalização bem como seus mecanismos de controle deverão ser levadas para sua apreciação. As atribuições e ações deste Comitê devem, necessariamente, estar alinhadas às políticas e normas internas, respeitando as leis e regulamentos aplicáveis.

15 PROCESSO ÉTICO E SANÇÕES ÉTICAS

O procedimento para apuração de fato com indícios de desrespeito a este Código poderá ser provocado ou instaurado pelo Comitê de Ética e Compliance, partindo de denúncia prévia⁶ ou *ex officio*, sendo necessário que o referido Comitê se dirija à Diretoria munindo-a de informações.

Não serão informados dados do processo, como partes, motivo de instauração, ou qualquer outro detalhe, até que haja decisão final do Comitê de Ética e Compliance sobre o caso, para que seja resguardada a autonomia do Comitê, a reputação das pessoas envolvidas e, especialmente, para que seja mantido um ambiente favorável à solução pacífica dos conflitos, buscando a restauração das boas relações interpessoais no ambiente de trabalho. Todavia, os setores e pessoas necessárias à instrução e decisão do feito terão acesso aos autos, na medida da necessidade.

Esgotados os recursos pacíficos, poderá ser aplicada pelo Comitê de Ética e Compliance as seguintes sanções:

- advertência (oral e/ou escrita);
- recomendação de destituição de cargo de confiança, caso se aplique;
- recomendação de rescisão do contrato de trabalho e/ou de Representante Autorizado;
- outras medidas necessárias para evitar ou sanar desvios éticos e de integridade.

Importante ressaltar que a denúncia deve apresentar o autor da irregularidade, a descrição verídica dos fatos e a indicação de evidências ou testemunhas, de forma a viabilizar a apuração da ocorrência. Além do mais, o Colaborador que fizer denúncia infundada estará sujeito às penalidades deste Código.

Em qualquer situação, são assegurados o anonimato e o sigilo na condução das denúncias, sendo vedado qualquer tipo de retaliação ao denunciante.


⁶ As denúncias devem ser realizadas no Canal de Denúncias da Multimarcas Consórcios, disponível em seu site: <https://multimarcasconsorcios.com.br/canal-de-denuncias/>


16 CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Atualmente, a Multimarcas Consórcios possui 4 (quatro) Canais de Comunicação:

ATENDIMENTO (SAC)


É um canal de relacionamento entre a empresa e seus clientes com o objetivo de tirar dúvidas, dar sugestões, obter informações, para receber reclamações de clientes e resolver problemas relacionados à empresa e/ou seus produtos.


 atendimento@multimarcasconsorcios.com.br

 (31) 3036-1666

OUVIDORIA


A ouvidoria é a última instância do atendimento e tem como objetivo receber e resolver os conflitos entre a empresa e o consumidor, principalmente reivindicações e denúncias. O ideal é que primeiro o consumidor passe primeiro pelo SAC, antes de acionar a ouvidoria.

 ouvidoria@multimarcasconsorcios.com.br

 0800 722 1666

COMPLIANCE - CANAL DE DENÚNCIAS

É instrumento para detecção de eventuais irregularidades, tais como: falhas de controle, fraudes internas e externas, atos ilícitos e descumprimento a princípios éticos e políticas internas.

 compliance@multimarcasconsorcios.com.br

 <https://multimarcasconsorcios.com.br/canal-de-denuncias/>

PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS

É um canal destinado para assuntos envolvendo o tratamento de dados pessoais de nossos colaboradores clientes, em atendimento a Lei 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados).

 dpo@multimarcasconsorcios.com.br

17 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Código de Ética, Conduta e Integridade é uma ferramenta que busca a realização da visão, missão e valores da empresa. É a declaração formal de suas expectativas e serve para orientar seus Colaboradores e Representantes Autorizados além de explicitar a postura da empresa frente aos diferentes públicos com as quais interage.

As diretrizes deste Código permitem avaliar grande parte das situações que possam ocorrer no dia a dia da Multimarcas Consórcios, bem como minimizar a subjetividade das interpretações pessoais sobre princípios morais e éticos a serem adotados. Entretanto, os casos omissos ou não previstos neste Código serão objeto de deliberação pelo Comitê de Ética e Compliance.

É esperado que os Colaboradores e Representantes Autorizados cumpram as diretrizes aqui estipuladas em todas as circunstâncias do trabalho uma vez que a conduta ética pode ser percebida como geradora de diferenciais nos negócios, valorizando a marca, a imagem e ampliando sua credibilidade, ou seja, se a empresa, como espaço social, produz e reproduz esses valores, ela se torna importante em qualquer processo de mudança de perspectiva das pessoas e dos negócios.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 9.613, de 03 de março de 1998. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19613.htm.

BRASIL. Lei nº 11.795, de 8 de outubro de 2008. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111795.htm.

BRASIL. Lei nº 12.683, de 09 de julho de 2012. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/112683.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2012.683%2C%20DE%209,Art.

BRASIL. Lei nº 13.170, de 16 de outubro de 2015. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113170.htm.

BRASIL. Lei nº 13.260, de 16 de março de 2016. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/113260.htm.

BRASIL. Circular nº 3856, de 10 de novembro de 2017. Disponível em:
https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/busca/downloadNormativo.asp?arquivo=/Lists/Normativos/Attachments/50459/Circ_3856_v2_P.pdf.

BRASIL. **Lei nº 13.810, de 08 de março de 2019.** Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13810.htm.

BRASIL. **Circular nº 3978, de 23 de janeiro de 2020.** Disponível em:
https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/busca/downloadNormativo.asp?arquivo=/Lists/Normativos/Attachments/50905/Circ_3978_v1_O.pdf.

BRASIL. **Carta Circular nº 4001, de 29 de janeiro de 2020.** Disponível em:
https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/busca/downloadNormativo.asp?arquivo=/Lists/Normativos/Attachments/50911/C_Circ_4001_v1_O.pdf.

BRASIL. **Resolução BCB nº 65, de 26 de janeiro de 2021.** Disponível em:
<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-bcb-n-65-de-26-de-janeiro-de-2021-301145638>.

BRASIL. **Resolução COAF nº 36, de 10 de março de 2021.** Disponível em:
<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-coaf-n-36-de-10-de-marco-de-2021-307765911>.

BRASIL. **Resolução BCB nº 93 de 6/5/2021.** Dispõe sobre a atividade de auditoria interna nas administradoras de consórcio e nas instituições de pagamento. Disponível em:
<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/exibenormativo?tipo=Resolu%C3%A7%C3%A3o%20BCB&numero=93>.

BRASIL. **Resolução BCB nº119, de 27 de julho de 2021.** Disponível em:
<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/exibenormativo?tipo=Resolu%C3%A7%C3%A3o%20BCB&numero=119>.

BRASIL. **Resolução BCB nº 131, de 20 de agosto de 2021.** Disponível em:
<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/exibenormativo?tipo=Resolu%C3%A7%C3%A3o%20BCB&numero=131>.

SCHWARTZ, M. S. A code of ethics for corporate code of ethics. **Journal of Business Ethics.** Kluwer Academic Publishers, v.41, p.27-43, 2002.

SEGRE, M. Atualidades. **Bioética**, v.7, ano 1, n.145, 1999.

SUNG, J. M; SILVA, J. C. da. **Conversando sobre ética e sociedade**, Petrópolis: Vozes, 1995.