



# CÓDIGO DE ÉTICA

MERCANTIL  
DO BRASIL

# Índice

<b>Palavra da liderança</b>	<b>3</b>
<b>1. Nosso propósito</b>	<b>4</b>
<b>2. Nosso jeito de ser</b>	<b>5</b>
<b>3. Nossas diretrizes éticas</b>	<b>6</b>
3.1. Com Nossos Públicos de Contato	
3.2. Em Nossas Funções e Ambiente de Trabalho	
<b>4. Nossa forma de agir</b>	<b>17</b>
<b>5. Alguém não está agindo eticamente. Como nos posicionarmos?</b>	<b>26</b>
5.1. Meios para Comunicação de Denúncias, Sugestões e Dúvidas	
<b>6. A gestão do código de ética</b>	<b>28</b>
<b>7. Políticas e normas internas que todos devem conhecer</b>	<b>29</b>
<b>8. Nosso compromisso</b>	<b>30</b>



# Palavra da liderança

Ficamos felizes por você se dedicar à leitura deste Código. Nosso objetivo é conectar o que há de melhor em você com o que há de melhor em nós.

Vamos apresentar nossas diretrizes éticas, que embasam nossas políticas e normas, e falar dos comportamentos que têm tudo a ver com o nosso Propósito e Jeito de Ser, orientando você sobre o que esperamos da sua conduta e atitude, já que entendemos que o sucesso e sustentabilidade do MB estão ligados de forma particular às ações de todos nós, que fazemos tudo acontecer, todos os dias.

Cada um de nós deve ser um Embaixador desses princípios e comportamentos, garantindo um ambiente agradável para todos, além da preservação da nossa reputação como Instituição.

**Quando o assunto é ética, não podemos fazer concessões.**

Por isso, esperamos que você adote a cada atitude, em todas as situações, a ética como preceito básico, norte e compromisso maior.

Vamos juntos praticar a ética diariamente. Em todos os momentos.

**Luiz Henrique Andrade de Araújo**  
Presidente

# 1 Nosso propósito

---

Ser o Banco que  
você escolhe e confia:  
**simples e próximo**

# 2 Nosso jeito de ser

## **Vivemos o cliente**

*Nossa razão de existir.*

## **Gente é o que move a gente**

*Nossa simplicidade aproxima. Cultivamos relações duradouras. Valorizamos o bem-estar de uma vida equilibrada.*

## **Brilho nos olhos**

*Nossa paixão contagia. Inspiramos pelo exemplo. A gente vai lá e faz!*

## **Diferenças somam**

*Promovemos inclusão e diversidade. Visões diferentes rendem melhores entregas. Compartilhamos experiências e conhecimentos.*

## **Resultado consistente é resultado sustentável**

*Inovamos com simplicidade e eficiência. Nos superamos a cada desafio.*

**Ética sempre.**

**MB**  
CONTA  
COMIGO

# 3 Nossas diretrizes éticas

**É dever de cada um de nós**, colaboradores e terceiros, em todos os contextos e situações que estejam relacionados às empresas do Grupo Mercantil do Brasil, conhecermos e cumprirmos com as nossas responsabilidades éticas e com todas as normas e Políticas indicadas neste Código, fortalecendo a Cultura da Instituição e nos comprometendo em agirmos de forma adequada para criarmos um ambiente que gere orgulho para cada um de nós.

Para facilitar a consulta e aplicação das nossas diretrizes éticas no dia a dia, elas estão apresentadas neste Código em dois grandes grupos, englobando aquelas adotadas:

*3.1. Com Nossos Públicos de Contato; e*

*3.2. Em Nossas Funções e Ambiente de Trabalho.*

Para deixar ainda mais claro o que é esperado de todos, apresentamos também os comportamentos que embasam a Nossa Forma de Agir, conforme o nosso Propósito e Jeito de Ser. Tratam-se das posturas e atitudes que contribuem para mantermos a nossa Instituição forte e relações saudáveis com os nossos colegas, clientes, fornecedores e demais públicos, garantindo ainda um ambiente harmonioso de trabalho.

## 3.1. Com nossos públicos de contato

### 3.1.1. Nas relações pessoais e profissionais entre colaboradores

**Gente é o que move a gente.**

Prezamos por um ambiente de trabalho justo, digno, em que todos atuam de forma colaborativa e aberta ao diálogo claro, transparente e respeitoso.

Para nós, diferenças somam. Por isso, o cuidado por promover a inclusão e a diversidade. Garantimos liberdade de expressão. Valorizamos pontos de vistas diferentes, a troca de ideias e o compartilhamento do conhecimento e de experiências.

Tratamos todos, pessoalmente ou em qualquer canal virtual, com igualdade, dignidade, educação, cortesia, cooperação e consideração, sem preconceitos de origem, raça, etnia, gênero, orientação sexual, crença religiosa, convicção política, ideológica, classe social, condição física, estado civil, idade, bagagem de vida ou quaisquer outras formas de discriminação.

Nossas relações se baseiam em confiança. O convívio no ambiente de trabalho é baseado sempre na ética, independentemente de posições hierárquicas ocupadas. Não praticamos, instigamos ou toleramos assédio moral, sexual ou qualquer outro ato que provoque riscos ou danos à integridade pessoal de outrem, como palavras ofensivas, piadas ou apelidos que geram exposição e constrangimento às pessoas.

### 3.1.2. No relacionamento com os clientes

Os clientes são a nossa razão de existir. Trabalhamos diariamente, e a todo momento, para sermos o banco que eles escolhem e confiam, para sermos um banco simples e próximo, que vive o cliente.

Valorizamos a proximidade com todos os nossos clientes e, no relacionamento com eles, seguimos também o princípio da igualdade, tratando todos, pessoalmente ou em qualquer canal virtual, com dignidade, educação e consideração, sem preconceitos de origem, raça, etnia, gênero, orientação sexual, convicção política, ideológica, classe social, condição física, estado civil, crença religiosa, idade ou quaisquer outras formas de discriminação. Faz parte da nossa cultura sermos cordiais, atenciosos, cuidadosos, transparentes e éticos.

Perseguimos o objetivo de superar as expectativas dos nossos clientes por meio das nossas soluções financeiras e atendimento. Dessa forma, estamos constantemente investindo na melhoria dos nossos produtos, serviços, processos e canais de atendimento, inovando com simplicidade e eficiência. A satisfação do nosso cliente é um compromisso.

No contato com cada cliente, nos empenhamos para que todo atendimento seja: receptivo, para que o cliente sinta que sua solicitação, dúvida, crítica ou elogio estão sendo acolhidos; eficiente, para que o cliente tenha sempre retorno e solução dentro do prazo; claro e transparente, para que informações completas sobre as características e condições do produto ou serviço contratado sejam repassadas; respeitoso, para que o cliente veja que seus direitos e escolhas são

acatados; e justo, para que o cliente tenha acesso a produtos e serviços adequados às suas necessidades, interesses e objetivos, conforme preceitos de *Suitability*. Ofertamos a solução certa para o cliente certo.

Realizamos operações financeiras de maneira íntegra e transparente. Não utilizamos de informações privilegiadas obtidas no ambiente de trabalho para firmar operações de compra e venda de ativos financeiros em nome próprio ou de terceiros. Não concedemos ou participamos de operações de ativos com pessoas as quais tenhamos vínculo.

Cumprimos as regras de proteção e tratamento de dados pessoais, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Nosso compromisso é sempre agir com transparência e responsabilidade na utilização dos dados, respeitando a privacidade dos titulares.



### **3.1.3. No relacionamento com fornecedores, prestadores de serviços e parceiros**

Utilizamos critérios formais, imparciais e transparentes na seleção, contratação e avaliação e supervisão de terceiros, considerando sempre a necessidade das empresas do Grupo e não o interesse individual, a qualidade dos serviços prestados, a reputação, a compatibilidade dos padrões de comportamento do terceiro com nossos princípios e o cumprimento das leis vigentes.

Adotamos as melhores práticas na conduta com terceiros e somos comprometidos com as determinações legais quanto a esses relacionamentos. Possuímos regras institucionais para a prevenção à corrupção, a fraudes e à ocorrência de quaisquer outros Atos Lesivos à Administração Pública, distribuindo os papéis e responsabilidades sobre o cumprimento dessas regras e diretrizes entre todos que trabalham, representam, fornecem, prestam serviços ou estabelecem parcerias com o Grupo Mercantil do Brasil. Estamos atentos às normas e não oferecemos, solicitamos ou aceitamos, dos nossos públicos de contato, qualquer tipo de pagamento, presente, brinde, comissão ou remuneração em benefício próprio e em desacordo com as regras institucionais.

### **3.1.4. No relacionamento com a concorrência, o mercado, investidores e acionistas**

Entendemos a livre concorrência como um valor importante em nosso ambiente de negócios e adotamos práticas que contribuam para o crescimento do mercado financeiro. Buscamos promover as condições para que a concorrência se dê de forma justa e leal, baseada em ações equitativas, mantendo a civilidade nos relacionamentos.

Prestamos, ao mercado, investidores e acionistas, todas as informações necessárias ao acompanhamento do desempenho do Grupo Mercantil do Brasil com clareza, agilidade e veracidade.

Disponibilizamos as informações ao mercado de forma proativa, visando minimizar especulações, e sempre de forma simétrica e sem privilégios.

### **3.1.5. No relacionamento com a comunidade e o meio ambiente**

Buscamos uma relação positiva com a comunidade e com o ambiente no qual estamos inseridos, por meio de ações que considerem o equilíbrio entre os aspectos social, ambiental e econômico.

Colaboramos com o desenvolvimento das comunidades onde as unidades e empresas do Grupo Mercantil do Brasil estão presentes, apoiando iniciativas culturais, esportivas e sociais, com o objetivo principal de promover o crescimento social e humano, em sua diversidade.

Promovemos a conscientização e a sensibilização dos nossos colaboradores sobre questões ambientais, ressaltando a responsabilidade de cada um com a manutenção de programas de consumo consciente de recursos, dentro e fora da Instituição. Minimizamos impactos de nossas atividades no meio ambiente por meio da gestão e destinação correta dos resíduos gerados pela nossa operação.

Desenvolvemos programas e ações que promovem a educação financeira dos nossos clientes, colaboradores e da sociedade, estimulando a reflexão sobre a necessidade de uma relação saudável com o dinheiro para a construção de uma vida financeira equilibrada.

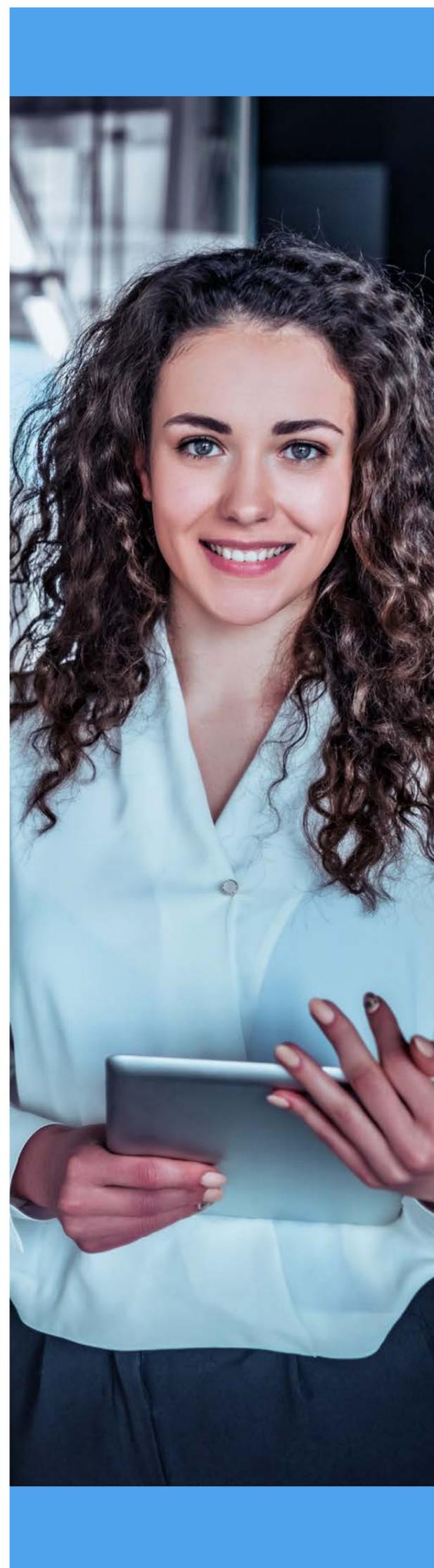
### **3.1.6. Na relação com órgãos governamentais, reguladores, de defesa do consumidor, de imprensa e entidades de classe**

Pautamos nosso relacionamento com representantes de órgãos externos em padrões de honestidade e integridade, fornecendo informações fidedignas e precisas.

Prezamos por atender os direitos dos clientes e consumidores, cumprindo-os por meio da Ouvidoria e demais canais de atendimento da Instituição, garantindo o direito de manifestação sobre os produtos e serviços prestados.

Apoiamos a atuação da imprensa no seu princípio ético de levar informação verídica à população, de divulgar os temas que são de interesse público. Somos comprometidos com esse papel e, por isso, pautamos nosso relacionamento com a imprensa na transparência, credibilidade e confiança na prestação de informação.

Reconhecemos a legitimidade das associações e entidades de classe legalmente constituídas. Estamos sempre dispostos a dialogar, por meio dos representantes, em qualquer situação que envolva o Mercantil do Brasil, sempre visando soluções que atendam todas as partes.



## 3.2. Em nossas funções e ambiente de trabalho

### 3.2.1. Na execução das atividades diárias

Executamos nossas atividades de forma eficiente e com excelência, em quaisquer modalidades ou locais de trabalho, visando sempre a qualidade, a segurança, a transparência e resultados consistentes e sustentáveis.

Somos protagonistas na busca da superação dos nossos desafios e proposição de melhorias contínuas em nossos processos de trabalho e nas soluções financeiras que colocamos à disposição dos nossos clientes.

Valorizamos o trabalho em equipe e focamos sempre em achar soluções simples e rápidas. Adotamos uma postura de disponibilidade constante para ajudar a resolver problemas e torná-los fonte de aprendizado.

Trabalhamos de acordo com as leis, normas e políticas vigentes, sejam elas internas ou externas, e com as diretrizes estratégicas. Somos isentos nas tomadas de decisões e jamais permitimos que os interesses pessoais se sobreponham aos interesses da Instituição, assumindo comportamento profissional em qualquer situação. Estamos atentos à nossa ética e produtividade, cientes que a manutenção de outras atividades profissionais não pode interferir ou apresentar conflito com nossas funções.

### **3.2.2. Na preservação das informações organizacionais**

Preservamos o sigilo das informações gerenciais, confidenciais e estratégicas do Grupo Mercantil do Brasil e de seus clientes, inclusive após a perda de vínculo contratual com a Instituição. Zelamos para que as informações fiquem devidamente protegidas.

Tratamos todos os documentos, contratos, registros financeiros e contábeis, relatórios, projetos, programas, pesquisas de opinião e de mercado, planos comerciais e de marketing, incluindo a marca da Instituição, como propriedade do Grupo Mercantil do Brasil e garantimos que nada seja utilizado ou divulgado fora das empresas do Grupo. A divulgação e a utilização externa desse material só são permitidas quando realizadas em atendimento a regulamentações vigentes ou em atividades profissionais devidamente autorizadas.

### **3.2.3. No zelo pela imagem da Instituição**

Entendemos a importância de conhecer a nossa história, de respeitar décadas de presença e atuação no mercado e de cuidar, diariamente, da imagem construída com tanta seriedade e excelência desde a nossa fundação.

**Valorizamos a credibilidade que o mercado nos confere e a confiança que deposita em nós.**

**Valorizamos o que somos, nossa gente, nossa marca, nossa história.**

Em quaisquer modalidades ou locais de trabalho, devemos sempre estar atentos aos impactos das nossas ações na imagem do Grupo Mercantil: das atividades que executamos no cotidiano, dos relacionamentos que cultivamos com os nossos colegas de trabalho, clientes, órgãos reguladores e demais públicos e das informações que disseminamos dentro ou fora das empresas. Não acessamos, divulgamos, repassamos ou compartilhamos declarações difamatórias, injúrias, ofensas pessoais, material com conteúdo inadequado ou ilícito, sejam nas redes internas de trabalho, sejam nas dependências do Grupo Mercantil do Brasil, sejam nas mídias sociais.

#### **3.2.4. Na proteção do patrimônio e ativos de tecnologia**

Cumprimos as normas e procedimentos internos relativos ao uso correto dos recursos tecnológicos que são colocados à disposição para exercício de nossa atividade profissional.

E, acima de tudo, seguimos o que recomendamos aos nossos clientes: senhas são de uso pessoal e intransferível e, portanto, não podem ser compartilhadas, garantindo a segurança do ambiente computacional, a nossa própria segurança e a dos nossos clientes.

Utilizamos ferramentas e recursos corporativos com responsabilidade e apenas para execução das nossas atividades profissionais. Cuidamos dos equipamentos, da mobília e das instalações das nossas unidades e agimos de forma consciente, não desperdiçando recursos.

### 3.2.5. No respeito às leis, normas e regulamentos

Nossa estrutura de gerenciamento de riscos e controles, em conjunto ao Programa de *Compliance*, consolida um arcabouço de políticas, procedimentos e gestão próxima aos gestores da Instituição, suportando as atividades diárias na prevenção e controle dos riscos envolvidos, garantindo o atendimento a leis, regulamentos, políticas e diretrizes estabelecidas, inclusive aqueles relativos à prevenção à corrupção.

Possuímos estrutura sólida de governança que, por meio da segregação de funções, mitiga os riscos relacionados a conflitos de interesses e acúmulo de funções incompatíveis.

Somos intransigentes no combate de toda e qualquer atividade que implique, direta ou indiretamente, no uso das empresas do nosso Grupo em operações ou negócios que sirvam a interesses que transgridam leis e diretrizes do nosso país.

Garantimos uma gestão eficiente e transparente dos princípios presentes neste Código por meio da publicação de normativos internos e da implantação de medidas que asseguram o tratamento dos desvios de conduta, que zelam pelo relacionamento com todos os seus públicos, e que orientam os colaboradores quanto à proteção das informações corporativas e de clientes.

Seguimos as diretrizes Conheça seu Cliente, seu Fornecedor e seu Funcionário, reforçando nosso papel na prevenção à lavagem de dinheiro e no combate ao financiamento do terrorismo.

# 4 Nossa forma de agir

**A Nossa Forma de Agir diz respeito às nossas posturas e atitudes que contribuem para mantermos a nossa Instituição e nossas relações éticas, íntegras e, ainda, um ambiente harmonioso.**

Por isso, apresentamos exemplos de comportamentos que são esperados de todos nós e também daqueles que não devem ser praticados. A intenção não é esgotar toda a complexidade que é inerente às relações humanas, mas orientar sobre situações gerais e contar sempre com a reflexão crítica, boa intenção e retidão de cada um para avaliar situações similares que podem acontecer. A pretensão é guiar e não limitar. Com os exemplos, queremos inspirar e estimular a autonomia, por meio do alinhamento claro sobre os padrões éticos esperados de todos, em todas as relações.



# Vivemos o cliente

## Exemplos de comportamentos esperados:

-  Valorizar a proximidade com nossos clientes, tratando-os igualmente, sem distinção, com cordialidade, transparência e ética.
-  Entender a responsabilidade inerente a um trabalho de gestão de vida financeira e agir de forma consultiva, com seriedade, respeitando as escolhas dos clientes, mantendo completo sigilo sobre operações e serviços contratados, para não pôr em risco a confiança conquistada.
-  Acolher com respeito e atenção o cliente que está demonstrando alguma insatisfação, que queira fazer uma reclamação, solicitar algum cancelamento ou, simplesmente, esclarecer uma dúvida, com compromisso de ajudá-lo.
-  Criar e desenvolver soluções com foco final na experiência e encantamento do cliente, inovando com simplicidade e eficiência.
-  Cultivar atendimento receptivo, eficiente e respeitoso.
-  Conhecer o cliente, o seu negócio e as suas atividades econômicas, visando identificar bem suas necessidades, para oferecer os serviços e produtos adequados ao seu perfil.



Ofertar produtos e serviços conforme os preceitos de *"suitability"*, considerando o perfil, necessidade e objetivo de cada cliente, prestando todas as informações necessárias à sua livre escolha e à tomada de decisões para uma contratação consciente.



Zelar, de acordo com a legislação vigente, pelos dados pessoais dos clientes desde a coleta, classificação, utilização, acesso, reprodução, processamento, armazenamento, eliminação, controle da informação, entre outros.

## Exemplos de comportamentos que não devem ser praticados:



Desrespeitar as escolhas do cliente abrindo contas ou efetivando vendas de qualquer produto ou serviço sem o conhecimento, entendimento ou sua devida autorização.



Faltar com clareza e transparência sobre as características de produto ou serviço, taxas, prazos, CET e outras condições e regras comerciais, em conduta enganosa, coercitiva e não observando os preceitos de *suitability*.



Orientar as equipes para cumprimento das metas de forma a incentivar a adoção de práticas moralmente abusivas ou que prevaleçam da vontade ou real necessidade do cliente.

# Gente é o que move a gente

## Exemplos de comportamentos esperados:

-  Nossa simplicidade existe para aproximar. Sorrir com os olhos, ser próximo no contato e humano nas relações com colegas e clientes: esse é o nosso jeito de ser.
-  Agir demonstrando, em cada atitude, a valorização das pessoas como prioridade sempre.
-  Ter o respeito e a empatia como comportamentos norteadores em todas as relações.
-  Zelar pelo bem-estar trazido pelo equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal, valorizando as realizações em todas as esferas.
-  Cultivar relações duradouras com clientes e colegas de trabalho, baseadas em confiança, colaboração e parceria.
-  Disponibilizar-se a cuidar das relações e das pessoas como principal diferencial na construção da história de sucesso do Grupo Mercantil.



Demonstrar orgulho por fazer parte do Grupo Mercantil, indicando profissionais para participar dos nossos processos seletivos.



Valorizar o desenvolvimento amplo das pessoas, dedicando-se a contribuir, como for possível, com ações de treinamento.

## Exemplos de comportamentos que não devem ser praticados:



Divulgar, repassar ou compartilhar, nas redes internas de trabalho ou nas mídias sociais, declarações difamatórias, injúrias, ofensas pessoais ou, ainda, material com conteúdo inadequado ou ilícito nas dependências das empresas.



Usar o e-mail corporativo e a internet para assuntos particulares ou para acessar e veicular assuntos ilegais, de cunho difamatório, religioso ou político, copiar softwares do Banco ou instalar programas sem autorização nos computadores da Instituição.



# Brilho nos olhos

## Exemplos de comportamentos esperados:

-  Criar um ambiente de trabalho estimulante e saudável, construindo e mantendo relações baseadas na confiança, no comprometimento e amor pelo que se faz.
-  Inspirar e liderar pelo exemplo, demonstrando, em atos, o alinhamento aos princípios e aos valores do MB.
-  Contagiar a todos com uma atuação profissional apaixonada e que transmita, em cada ação, o engajamento do nosso time.
-  Fortalecer a imagem do Grupo Mercantil e assumir uma atitude positiva e contributiva, reconhecendo seus pontos fortes e iniciativas em nome da valorização das pessoas e da melhoria constante do ambiente de trabalho, de processos, produtos, serviços e do relacionamento com os clientes e demais públicos de interesse.
-  Manter uma postura de contribuição constante, com foco na apresentação criativa de propostas que gerem valor para a Instituição, áreas e equipes.



Receber novas tarefas e desafios com energia e certeza da superação de expectativas, da entrega acima do esperado.



Conservar o Brilho no Olhos, diariamente, demonstrando a dedicação constante a um trabalho que se conecte com seu propósito de vida.



Manter o compromisso de desenvolver pessoas e equipes para que estes sejam autônomos e líderes de si mesmos.

## Exemplos de comportamentos que não devem ser praticados:



Realizar cobrança de metas, informar desligamentos, dar feedbacks de desempenho ao gestor, colega ou outros colaboradores pelo WhatsApp ou outro aplicativo não corporativo.



Assumir comportamento não profissional em treinamentos, viagens ou eventos. Utilizar o celular particular excessivamente no horário de trabalho, impactando negativamente a produtividade.

# Diferenças somam

## Exemplos de comportamentos esperados:

-  Respeitar as individualidades e escolhas de cada um, valorizando o poder da diversidade.
-  Trabalhar de forma colaborativa, entendendo que as diferenças de ideias e opiniões não devem ser encaradas como divergências pessoais.
-  Reconhecer que equipes diversas constroem melhores soluções.
-  Entender as múltiplas possibilidades de expressão, cuidando de manter um bom equilíbrio entre bom senso e o respeito à autenticidade, ao escolher roupas, sapatos e acessórios para vir ao trabalho.
-  Garantir a liberdade de expressão, um ambiente psicologicamente seguro e a preservação da individualidade e privacidade das pessoas.
-  Promover a inclusão, entendendo o papel social da Instituição em oportunizar trajetórias de sucesso aos mais diversos perfis de profissionais.



Prezar por um ambiente de trabalho justo, digno, colaborativo e aberto ao diálogo, com acolhimento de pontos de vista diferentes e compartilhamento de conhecimento e informações.



Valorizar a riqueza cultural proporcionada pela convivência entre pessoas de diferentes formações, ideologias, religiões, faixas etárias e trajetórias de vida.

## Exemplos de comportamentos que não devem ser praticados:



Praticar, instigar ou tolerar o assédio moral, sexual ou qualquer outro ato que provoque riscos ou danos à integridade pessoal de outrem.



Adotar postura que prejudique as relações com colegas e clientes, utilizar palavras ofensivas que exponham ou assediem as pessoas, brincadeiras inapropriadas, piadas ou apelidos que geram constrangimento.



Manifestar pessoalmente ou em qualquer canal virtual preconceito ou discriminação, em função de etnia, gênero, orientação sexual, crença religiosa, convicção política, ideológica, classe social, condição de deficiência física, estado civil ou idade direcionado a clientes, colegas de trabalho e qualquer outra pessoa.



# Resultado consistente é resultado sustentável

## Exemplos de comportamentos esperados:

-  Contribuir ativamente para os resultados da Instituição, conhecendo sua história, seu propósito, seu negócio e se atualizando sempre sobre produtos, serviços e projetos de melhoria.
-  Trabalhar em prol dos objetivos organizacionais, de sua equipe e individuais, agindo com total compromisso por atingi-los, independentemente da modalidade ou local de trabalho.
-  Buscar resultados consistentes por meio da liderança responsável e ética, com a convicção de que resultado sustentável visa a saúde financeira dos clientes a longo prazo.
-  Inovar com simplicidade e eficiência para obter resultados diferenciados e buscar melhorias constantes.
-  Buscar informações, participar ativamente de treinamentos e capacitações disponibilizadas, com o compromisso de elevar sempre a performance e qualidade das entregas, agindo com protagonismo e responsabilidade pelos resultados.
-  Comprometer-se com a excelência nas entregas, buscando referências técnicas e teóricas, qualificando-se e questionando os processos ineficientes, mantendo atitude propositiva e orientada à resolução de problemas.
-  Agir com empreendedorismo, trazendo para si a responsabilidade pela qualidade dos resultados da área/unidade de negócio em que estiver inserido, como parte do resultado global da Instituição.
-  Atuar em parceria com outras equipes, compartilhando informações e experiências, para o alcance de resultados superiores para os clientes e para o nosso negócio.



# Resultado consistente é resultado sustentável

## Exemplos de comportamentos que não devem ser praticados:

-  Distorcer ou alterar qualquer número, caracterização contábil, indicadores e metas, comprometendo relatórios gerenciais ou demonstrações financeiras.
-  Copiar ou publicar conteúdo dos canais de comunicação interna, seja texto, foto ou vídeo, em redes sociais, por WhatsApp ou outro aplicativo. Publicar posts, responder comentários, oferecer produtos ou fazer qualquer tipo de posicionamento em nome de qualquer uma das empresas do Grupo nas redes sociais.
-  Utilizar redes sociais ou WhatsApp para compartilhar informações sobre o Grupo Mercantil, reproduzir conteúdo veiculado na comunicação interna, ou sobre atividades profissionais restritas e estratégias comerciais.
-  Falar, se apresentar ou compartilhar conteúdo e informações em nome de qualquer uma das empresas do Grupo junto a clientes, fornecedores, órgãos reguladores, imprensa e a comunidade em geral sem estar autorizado para isso, seja pessoalmente ou por meio das redes sociais, e-mail pessoal ou corporativo, WhatsApp e outros meios.
-  Fazer uso indiscriminado da marca Mercantil sem a avaliação da área de Marketing ou vincular a marca a apresentações ou serviços e produtos de terceiros quando não há relação contratual.
-  Compartilhar com colegas de trabalho e líderes senhas pessoais de acesso à rede, ao e-mail corporativo e a demais sistemas da Instituição.

## Exemplos de comportamentos esperados:

-  Manter relacionamentos adequados e a ética em primeiro lugar.
-  Alertar colegas de trabalho sobre situações que poderão culminar na prática de algo ilícito ou antiético, considerando as regras de conduta aqui descritas.
-  Relatar, nos meios oficiais, posturas que demonstram desrespeito às normas e políticas internas e externas ou que ferem as nossas regras de conduta.
-  Zelar pela imagem do Grupo Mercantil, estando sempre atentos aos impactos das nossas ações, atividades executadas, relacionamentos construídos e informações disseminadas, independentemente da modalidade ou local de trabalho.
-  Proteger a informação de forma a garantir sua integridade, confidencialidade e disponibilidade.
-  Ser isento nas tomadas de decisões e jamais permitir que os interesses pessoais se sobreponham aos interesses da Instituição.

## Exemplos de comportamentos que não devem ser praticados:

-  Conceder ou participar de operação de crédito de pessoas com quem houver vínculo ou, ainda, realizar operações de interesse próprio com fornecedores de produtos, prestadores de serviços contratados, parceiros de negócio e clientes.
-  Oferecer, solicitar ou aceitar, de agentes públicos, prestadores de serviço, fornecedores, parceiros de negócio ou clientes, qualquer tipo de pagamento, presente, brinde, comissão ou remuneração em benefício próprio e desacordo com as regras institucionais.
-  Divulgar ou repassar a terceiros informações sigilosas sobre clientes ou gerenciais sobre as empresas do Grupo, usar essas informações em trabalhos acadêmicos sem autorização ou, ainda, para conseguir benefícios ou vantagens pessoais em claro conflito de interesses.
-  Utilizar de informações privilegiadas obtidas no ambiente de trabalho para realizar operações de compra e venda de ativos financeiros em nome próprio ou de terceiros.
-  Realizar movimentações ou transações na conta-corrente pessoal em nome de terceiros – familiares, amigos ou empresas – que não estejam sustentados pelo próprio fluxo de recebíveis.
-  Comercializar produtos de qualquer natureza, que não sejam pertencentes ao Grupo Mercantil, nas dependências e instalações das empresas.

# 5 Alguém não está agindo eticamente. Como nos posicionarmos?

Se **ética também é aprendida na prática** e se cada um de nós **possui um tempo de aprendizado diferente**, pode ser que alguém cometa falhas e adote no dia a dia posturas que não colaboram para mantermos a nossa Instituição forte e relações saudáveis. Nesses casos, precisamos pensar no todo e agir. O objetivo é resolver e não criar mais problemas. Então, será preciso agir com seriedade, alertando colegas de trabalho sobre situações que poderão culminar na prática de algo ilícito ou antiético e relatando, nos meios oficiais, conforme a seguir, posturas que demonstram desrespeito às normas e políticas internas ou que ferem regras de conduta.



## 5.1. Meios para comunicação de denúncias, sugestões e dúvidas

Ao nos depararmos com fato que implique a não observância dos nossos princípios éticos, das políticas e normas internas, como também o descumprimento aos dispositivos legais e normativos a que o Grupo Mercantil está subordinado, cada um de nós deve comunicar o fato prontamente por meio do Canal de Denúncias.

O anonimato é garantido, caso esse seja o desejo do denunciante, e a comunicação é intermediada por uma empresa terceirizada. O Canal de Denúncias pode ser acessado por meio do site do Mercantil do Brasil em: **Home > Sobre Nós > Canal de Denúncias**. O Canal também pode ser acessado diretamente em um site externo: **[www.contatoseguro.com.br/mercantildobrasil](http://www.contatoseguro.com.br/mercantildobrasil)** ou ser acionado pelo telefone **0800 601 8653**.

### **Se a situação permitir, você também pode:**

- Entrar em contato com as áreas de RH ou *Compliance*, que irão avaliar a situação e encaminhar para o Comitê de Condutas Éticas dar o tratamento justo e adequado;
- Falar abertamente com o seu gestor hierárquico ou gestor de seu contrato na Instituição, no caso de terceiros.

# 6 A gestão do código de ética

**O Comitê de Condutas Éticas é responsável por zelar pelo cumprimento deste Código, de modo a:**

- Garantir sua eficácia e efetividade;
- Proceder à apuração de ato, fato ou conduta que possam ser considerados infração aos princípios ou normas ético-profissionais;
- Decidir sobre as medidas apropriadas e recomendar à Instituição a adoção de normas complementares às disposições deste Código.

O descumprimento das diretrizes e normas estabelecidas neste Código está sujeito às medidas disciplinares definidas pela Política de Gestão de Consequências e pela avaliação do Comitê de Condutas Éticas, quando aplicável.



# 7 Políticas e normas internas que todos devem conhecer

- Política de Gestão de Consequências;
- Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários;
- Política Institucional da Ouvidoria;
- Política Institucional de Conformidade;
- Política Institucional de Prevenção à Corrupção;
- Política Institucional de PLD/CFT;
- Política Institucional do Sistema de Controles Internos;
- Política Institucional de Gerenciamento do Risco Operacional;
- Política Institucional Corporativa de Segurança da Informação;
- Política Institucional de Segurança Cibernética;
- Política Institucional de Responsabilidade Socioambiental;
- Normativo de Relacionamento com a Imprensa.

# 8 Nosso compromisso

## Ética sempre

**Esse valor do Mercantil forma as bases do Nosso Jeito de Ser, do nosso Propósito.**

Faz parte da nossa essência e deve perpassar todas as nossas ações e relacionamentos. Por isso, todos nós precisamos assumir o grande compromisso de fazer o que é certo, com integridade e transparência, em todos os momentos.

**Contamos com o comprometimento de cada um**, usando este Código como guia, para preservarmos a nossa conduta e para crescermos cada vez mais, de forma ética e correta!