

Eu sou guardião da ética nas atividades profissionais

SUPER SEGURO
Classic



CÓDIGO DE ÉTICA



Este documento tem o objetivo de conduzir as atitudes de todos os colaboradores e corretores parceiros nas relações entre si, com os clientes pessoas físicas ou jurídicas, os fornecedores, os concorrentes, o mercado, a mídia, a sociedade e a comunidade em que se estabelece como empresa.

ÍNDICE

PÁG

01. PREVISÃO LEGAL

02. PRINCÍPIOS E OBRIGAÇÕES

03. Capítulo I
ÉTICA NAS RELAÇÕES COM O CLIENTE

04. Capítulo II
ÉTICA NAS RELAÇÕES COM O FUNCIONÁRIO

05. Capítulo III
ÉTICA NAS RELAÇÕES COM A CONCORRÊNCIA

Capítulo IV
ÉTICA NAS RELAÇÕES COM OS FORNECEDORES

06. Capítulo V
ÉTICA NAS RELAÇÕES COM O MERCADO E A MÍDIA

07. Capítulo VI
ÉTICA E DIVERSIDADE

08. Capítulo VII
ÉTICA NAS RELAÇÕES COM A COMUNIDADE

Capítulo VIII
ÉTICA E O MEIO AMBIENTE

09. Capítulo IX
O COMITÊ DE ÉTICA DA CLASSIC SEGUROS

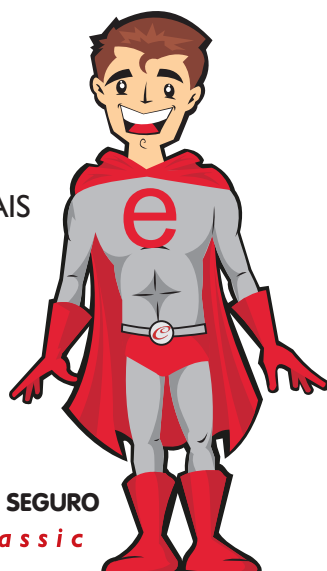
10. Capítulo X
O REGIME DISCIPLINAR

PREVISÃO LEGAL

Este Código, bem como a sua aplicação administrativa, respeita as diretrizes da Constituição Federal, do Novo Código Civil e as recomendações dos seguintes órgãos que regem o setor: CNSP, Susep, IRB, Fenacor, Fenaseg, Funenseg, Sincor-MG e Clubecor.

PRINCÍPIOS E OBRIGAÇÕES

Todos os colaboradores e corretores parceiros devem respeitar as **CONDUTAS PROFISSIONAIS DO COLABORADOR CLASSIC**, descritas no **MANUAL DE DIRETRIZES ORGANIZACIONAIS E ORIENTAÇÃO DE CONDUTAS PROFISSIONAIS**, no exercício de sua profissão ou atividade empresarial no Grupo Classic.





Capítulo I

ÉTICA NAS RELAÇÕES COM O CLIENTE

1. Ser transparente em todo o ciclo produtivo ou comercial.
2. Orientar e assessorar os seus clientes, de forma transparente, para a proteção de seus direitos pessoais e contratuais, informando-os e prestando-lhes todos os esclarecimentos que possam contribuir para a defesa intransigente de seus interesses.
3. Agir sempre com dignidade e lealdade, não fornecendo informações enganosas ou improcedentes sobre as suas condições profissionais e, em nenhuma hipótese, conceder aos seus clientes vantagens diretas ou indiretas que contrariem a legislação.
4. Agir com presteza na análise de propostas, na regulação e na liquidação de sinistros.
5. Abster-se de dar pareceres ou emitir opiniões sem estar suficientemente informado, autorizado e devidamente documentado.
6. Aprimorar permanentemente os conhecimentos e aplicá-los em benefício do cliente.
7. Acompanhar as evoluções tecnológicas para desenvolver mecanismos de ampliação de canais de atendimento ao cliente.
8. Não fornecer informações a terceiros sem prévia autorização e consentimento do cliente.



Capítulo II

ÉTICA NAS RELAÇÕES COM O FUNCIONÁRIO

1. Orientar de forma clara, sem sonegar as informações necessárias.
2. Zelar pela boa convivência entre as pessoas.
3. Respeitar todos os direitos profissionais e legais, mantendo um saudável relacionamento empresa/funcionário.
4. Tratar a todos com respeito, cooperação, justiça e transparência.
5. Tratar a todos de forma imparcial e sem tratamento preferencial.
6. Guardar absoluta confidencialidade a respeito de manifestações espontâneas da parte daqueles que buscam a orientação para problemas pessoais e profissionais.
7. Repudiar brincadeiras de cunho preconceituoso, que causem constrangimento e envergonhem os colegas de trabalho.
8. Não utilizar os recursos da empresa para outros fins senão aqueles definidos por ela. Não será permitido o uso de propriedades, equipamentos, oportunidades de negócio e sistemas de informação da empresa ou, ainda, a posição do colaborador em benefício próprio ou de terceiros.
9. Proporcionar aos funcionários um nível de treinamento continuado que permita atuação de qualidade junto ao mercado.



Capítulo III

ÉTICA NAS RELAÇÕES COM A CONCORRÊNCIA

1. Conduzir sua atividade profissional sob o princípio da concorrência leal e honesta.
2. Abster-se de emitir opiniões ou juízos desabonadores a respeito de colegas de profissão e concorrentes ou colocar em dúvida sua capacidade profissional.
3. Respeitar regras e critérios de mercado, repudiando toda concorrência desleal.

Capítulo IV

ÉTICA NAS RELAÇÕES COM OS FORNECEDORES

1. Agir com transparência em todo o ciclo produtivo ou comercial. Honrar compromissos com os fornecedores/prestadores de serviços. Verificar e cumprir normas definidas.
2. Promover a correção, afabilidade e brio profissional nas relações com fornecedores, bem como o respeito pelos respectivos direitos, sensibilidades e diversidades.
3. Não manter relacionamentos com fornecedores que não estejam alinhados com o espírito de ética. Comprometer-se em monitorar a conduta ética dos seus fornecedores e a adotar medidas imediatas e rigorosas nos casos em que esta seja questionável.

Capítulo V

ÉTICA NAS RELAÇÕES COM O MERCADO E A MÍDIA



1. Atuar dentro de padrões de segurança econômica, financeira e atuarial, com fins específicos de preservar a liquidez, a solvência e o equilíbrio das apólices.
2. Manter relações transparentes e de colaboração com as autoridades, em especial com os órgãos reguladores e fiscalizadores.
3. Usar a publicidade de forma clara e direta, oferecendo e anunciando serviços compatíveis com a prática comercial e a legislação vigente.
4. Fazer uso consciente dos meios de comunicação. Banir veementemente mensagens que, mesmo de forma subliminar, promovam pornografia, racismo, violência e desrespeito aos valores humanos e da natureza.
5. Fazer divulgação de informações de terceiros apenas com a permissão e aprovação dos mesmos.
6. Não invadir e nem agredir a privacidade alheia.
7. Utilizar a mídia digital para ações de e-marketing, seguindo as recomendações de boas maneiras e do Código de Ética da Associação Brasileira de Marketing Direto (Abemd).



Capítulo VI

ÉTICA E DIVERSIDADE

1. Todas as suas práticas e procedimentos laborais devem ser orientados no sentido de impedir a discriminação e o tratamento diferenciado em função de raça, gênero, orientação sexual, credo, estado civil, deficiência física, orientação política ou de opiniões de outra natureza, origem étnica ou social e naturalidade.
2. O ambiente no local de trabalho deve ser de respeito e ordem, coibindo-se atos como o assédio sexual ou moral e discriminações quanto à raça, cor, religião, orientação sexual, status social, nacionalidade, idade, opção política, partidária e qualquer tipo de incapacidade mental ou física.
3. Comprometer-se a promover o respeito pela igualdade de oportunidades em toda a sua rede de relacionamento.



Capítulo VII

ÉTICA NAS RELAÇÕES COM A COMUNIDADE

1. Interessar-se pelo bem comum, contribuindo com seus conhecimentos, capacidade e experiência profissional para melhor servir a sociedade.
2. Prover, de forma individual ou coletiva, ações educativas voltadas para a orientação e o conhecimento das atividades do mercado.
3. Manter atitude de interação e colaboração com a sociedade.
4. Zelar pelo espaço público.

Capítulo VIII

ÉTICA E O MEIO AMBIENTE

1. Comprometer-se a integrar o conceito da sustentabilidade nos processos e rotinas organizacionais, em relacionamentos internos e externos.
2. Eliminar o uso abusivo dos recursos naturais (água, luz, matéria-prima).
3. Privilegiar a utilização de produtos reciclados e recicláveis.



Capítulo IX

O COMITÊ DE ÉTICA DA CLASSIC SEGUROS

OBJETIVO

O Comitê de Ética da Classic Seguros zelará pela correta interpretação e aplicação das normas do Código de Ética, de documentos complementares e de suas sanções disciplinares.

É formado por cinco representantes de diversos departamentos, áreas e níveis hierárquicos, além de ter como vice-presidente um gestor de qualquer área e como presidente o ocupante do cargo de maior nível hierárquico da empresa.

O Comitê de Ética irá orientar e aconselhar sobre a ética na atuação da empresa, responder às consultas e julgar os processos disciplinares.

A COMPOSIÇÃO DO COMITÊ

A composição do Comitê será sempre por meio de eleição direta.

O mandato será de um ano e seus integrantes poderão ser reeleitos integralmente ou em partes, por até três mandatos.



Capítulo X

O REGIME DISCIPLINAR

Ao **Comitê de Ética da Classic** caberá o cumprimento de seu Regimento Disciplinar, elaborado e aprovado pela maioria absoluta de seus membros, observando a seguinte premissa.

A infração a qualquer disposição deste Código de Ética sujeitará o infrator às seguintes sanções disciplinares, sem prejuízo de outras previstas na legislação e regulamentação aplicáveis:

- I – Advertência;
- II – Censura privada ou pública;
- III – Exclusão do quadro de colaboradores.

Os procedimentos relativos ao processo, bem como a política de denúncia, serão regulamentados pelo Regimento Disciplinar do Comitê de Ética. O processo disciplinar observará os princípios da ampla defesa e do contraditório.

**Este Código de Ética entra em vigor,
na data de posse da primeira composição do
Comitê de Ética da Classic Seguros - 11/08/2009,
cabendo a todos os funcionários, gestores e diretores
promover a sua divulgação e o seu cumprimento.**



Rua São Paulo, 638 - 13º andar
Belo Horizonte - 30170.130 - MG
31 3271.0632
classic@classicseguros.com.br
www.classicseguros.com.br