

Código de Ética e Conduta

Versão Setembro 2026



Tudo o que você encontra neste Código

18 capítulos para encontrar orientação com rapidez — das nossas escolhas diárias ao tratamento de relatos.

Mensagem do CEO

Trabalho, apresentação, Dress Code e convivência

Privacidade, IA e segurança da informação

A quem se aplica e como usar

Saúde, segurança e bem-estar

Sigilos, marca, ativos e pós-vínculo

Valores e teste rápido de decisão

Clientes, qualidade da oferta e concorrência

Comunicação externa e redes sociais

Responsabilidades de todos e das lideranças

Conflitos de interesse, presentes e relações pessoais

Terceiros e parceiros

Respeito, diversidade, acessibilidade e liberdade individual

Fraude, anticorrupção e integridade dos registros

Dúvidas, relatos, apuração, não retaliação e consequências

Assédio, discriminação, humor e limites

PLD/FTP, sanções e outros ilícitos

Ciência, treinamento, vigência e revisão

Use o sumário para ir direto ao tema — e o bom senso para conectar os temas.

Uma empresa que faz acontecer — do jeito certo.

Construímos a Franchi para enfrentar problemas complexos e transformar conhecimento em soluções efetivas para empresários. Nosso trabalho ganha valor quando ajuda clientes a decidir melhor, avançar com segurança e enxergar o futuro através de tecnologia financeira e tributária.

Nada disso acontece sozinho — nem por acaso. A Franchi é feita por pessoas que estudam, colaboram, se dedicam e têm disposição. Esperamos iniciativa, energia e esforço; também esperamos cuidado com as pessoas, com os fatos e com as consequências das nossas escolhas.

Para nós, entrega e integridade caminham juntas. Não queremos atalhos que comprometam confiança, respeito ou legalidade.

Nossa aspiração é crescer como uma empresa admirada pela qualidade do que entrega e pela forma como age. Cada conversa, análise, proposta e decisão ajuda a construir essa reputação.

Este Código existe para dar direção, não para substituir o julgamento. Quando a resposta não estiver clara, pare, pergunte e escolha o caminho que possa ser explicado com tranquilidade.

Vamos em frente com ambição, dedicação e espírito de realização — fazendo acontecer e fazendo o certo.

Felipe Franchi
CEO

“A dedicação que nos move também precisa proteger a confiança que construímos.”

Este Código existe para orientar escolhas reais

Não queremos um livro de respostas prontas. Queremos um ponto de referência comum para quando a decisão não for óbvia.

01

Fazer o certo

mesmo quando existe pressão por resultado.

02

Proteger confiança

nas pessoas, nos dados e nas relações.

03

Dar voz

a quem percebe um risco ou precisa de ajuda.

O Código orienta. Quando a dúvida continuar, a responsabilidade é pedir ajuda antes de seguir.

A quem se aplica e como usar



O Código acompanha a responsabilidade, não o crachá

DENTRO DA FRANCHI

Quem faz parte

Sócios, administradores, lideranças, empregados, estagiários e demais pessoas que atuem nas empresas abrangidas por este Código.

EM NOME DA FRANCHI

Quem representa

Quem fala, negocia, decide, atende, contrata ou executa atividades em nome da Franchi — dentro ou fora do escritório.

EM CONTATO COM A FRANCHI

Quem se relaciona

Fornecedores, parceiros e prestadores devem observar estas diretrizes ao acessar pessoas, dados, sistemas, marcas e informações da empresa.

A regra é simples: se a sua ação pode afetar a Franchi ou alguém ligado a ela, este Código ajuda a orientar a decisão.

Use este Código antes, durante e depois da decisão

01 · ANTES

Pare e enxergue o contexto

Consulte a regra ou política aplicável. Identifique quem será afetado e quais riscos existem para pessoas, clientes, dados e para a Franchi.

02 · DURANTE

Escolha com transparência

Prefira a alternativa legal, justa e explicável. Proteja informações, evite vantagens indevidas e registre o que precisa ser registrado.

03 · DEPOIS

Corrija rápido, se precisar

Comunique erros, riscos ou suspeitas de boa-fé. Coopere com a apuração e ajude a corrigir a rota antes que o problema cresça.

Se não estiver claro, pare e procure orientação. Dúvida não é problema; seguir sem cuidar dela pode ser.

O que nos move aparece no jeito de agir

Integridade é a base. Os outros valores mostram como transformamos intenção em entrega.



INTEGRIDADE

Conduzir todas as relações com ética, transparência e responsabilidade.

NOSSA BASE



PARCERIA

Estar lado a lado com clientes, colaboradores e parceiros, construindo relações de confiança.



EXCELÊNCIA

Buscar constantemente a melhoria e a entrega de resultados de alto impacto.



INOVAÇÃO

Aplicar tecnologia e inteligência estratégica para soluções diferenciadas.



INDEPENDÊNCIA E CRESCIMENTO

Promover autonomia empresarial e impulsionar o desenvolvimento sustentável dos negócios.

Os valores só importam quando viram comportamento

Eles orientam como escolhemos, colaboramos e entregamos — inclusive quando ninguém está olhando.

- | | | |
|----|------------------------------------|--|
| 01 | Integridade | Conduzimos relações com ética, transparência e responsabilidade. |
| 02 | Parceria | Construímos confiança com clientes, colaboradores e parceiros. |
| 03 | Excelência | Buscamos melhoria constante e resultados de alto impacto. |
| 04 | Inovação | Aplicamos tecnologia e inteligência estratégica para criar soluções diferenciadas. |
| 05 | Independência e crescimento | Promovemos autonomia empresarial e desenvolvimento sustentável dos negócios. |

Valor declarado só ganha força quando aparece nas decisões do dia a dia.

Antes de decidir, pare por alguns segundos.

Se uma resposta não vier com
tranquilidade, não siga sozinho.

O teste rápido

- 01 Está de acordo com a legislação e nossas políticas?
- 02 É justo com as pessoas envolvidas?
- 03 Eu explicaria essa decisão com tranquilidade a um cliente, colega ou à liderança?
- 04 Protege dados, informações e a reputação da Franchi?
- 05 Se ainda houver dúvida, solicita ajuda antes de seguir?

Na dúvida: pare e peça orientação antes de agir.

Fazer o certo é
responsabilidade
de todos



De todos, esperamos atitude — não silêncio

01 **Conhecer e aplicar**

este Código e as políticas relacionadas ao seu trabalho.

02 **Agir com honestidade**

sem mentir, omitir, manipular registros ou esconder fatos da empresa.

03 **Proteger**

pessoas, dados, informações confidenciais, sistemas, marcas e demais ativos.

04 **Perguntar antes**

quando houver dúvida relevante, conflito de interesse ou risco de fazer algo inadequado.

05 **Falar de boa-fé**

ao perceber uma possível violação — e cooperar com respeito, sem retaliação.

Liderar é dar o exemplo e abrir espaço para falar

NA PRÁTICA

- Deixar claras as expectativas, prioridades, autonomia, prazos e padrões.
- Cobrar resultados com respeito, critério e proporcionalidade.
- Dar feedback objetivo — de preferência em particular.
- Ouvir sem prejudicar e encaminhar riscos com rapidez.

NUNCA É ACEITÁVEL

- Usar a hierarquia para obter vantagem pessoal, afetiva, sexual ou financeira.
- Incentivar atalhos, omissões, manipulação ou silêncio.
- Retaliar quem pergunta, discorda, relata ou coopera com uma apuração.
- Ignorar sinais de assédio, discriminação, fraude ou conflito de interesse.

A liderança não precisa ter todas as respostas. Precisa agir ao perceber o risco.

Diferenças ampliam
nosso jeito
de pensar



Incluir é remover barreiras — não pedir que todos sejam iguais

RESPEITAMOS

- Pessoas com deficiência e diferentes necessidades de acessibilidade.
- Pessoas neurodivergentes e diferentes formas de comunicar, aprender e trabalhar.
- Raça, cor, etnia, origem, idade, condição de saúde e situação familiar.
- Identidade e expressão de gênero, orientação sexual, religião e convicções.

NA PRÁTICA

- Usamos critérios objetivos em seleção, avaliação, promoção e oportunidades.
- Planejamos comunicação, reuniões, ferramentas e materiais acessíveis.
- Oferecemos adaptações razoáveis e ouvimos a pessoa sobre o que funciona.
- Não toleramos capacitismo, racismo, sexismo, LGBTfobia ou qualquer discriminação.

Acessibilidade não é favor. É condição para que mais pessoas possam participar com autonomia e respeito.

Liberdade individual termina onde começa a pressão sobre o outro

É LIBERDADE

- Ter e expressar ideias, crenças e convicções com respeito.
- Participar, em caráter pessoal, de atividades políticas, religiosas, sindicais ou associativas.
- Discordar, argumentar e debater ideias sem atacar pessoas.
- Manifestar-se em nome próprio, deixando claro que não representa a empresa.

EXTRAPOLA

- Constranger, pressionar, converter, recrutar ou perseguir colegas.
- Transformar o ambiente de trabalho em espaço de propaganda insistente.
- Usar recursos, dados, canais ou a marca Franchi sem autorização.
- Discriminar ou prejudicar alguém por sua crença, opinião ou associação.

Debate é bem-vindo quando há escuta, respeito e espaço para não participar.

Um ambiente leve
também tem limites



Cobrança não é assédio. Desrespeito é.

Gestão legítima pode gerar desconforto. O limite aparece na forma, na finalidade e no impacto da cobrança.

FAZ PARTE DO TRABALHO

- ✓ Definir prioridades, metas e prazos claros.
- ✓ Corrigir falhas com fatos e critérios.
- ✓ Dar feedback objetivo e em ambiente adequado.
- ✓ Cobrar evolução e responsabilidade.
- ✓ Discordar de ideias e tomar decisões difíceis.

EXTRAPOLA O LIMITE

- × Humilhar, insultar ou ameaçar.
- × Expor alguém ao ridículo ou à intimidação.
- × Perseguir, isolar ou sexualizar.
- × Cobrar por critérios ocultos ou discriminatórios.
- × Usar o cargo para silenciar ou retaliar.

Respeito à dignidade não elimina a cobrança; define como ela deve acontecer.

CONVIVÊNCIA

Humor só é leve quando todos podem se sentir seguros.

Brincadeiras e piadas podem fazer parte do nosso ambiente. O limite aparece quando o humor depende de constrangimento, sexualização, estereótipos ou humilhação.

Intenção importa. Impacto também.

Se alguém pede para parar, a brincadeira para. Não cabe discutir se a pessoa deveria ter achado engraçado.

PARE E REVEJA QUANDO

- alguém pede para parar ou demonstra incômodo;
- a piada mira corpo, origem, raça, gênero, orientação sexual, deficiência, religião ou condição pessoal;
- existe diferença de poder entre quem brinca e quem recebe;
- a pessoa vira alvo recorrente ou é exposta diante do grupo;
- o conteúdo não poderia ser repetido com tranquilidade diante da Direção.

Na dúvida, escolha respeito.

Nosso ambiente
também comunica



Convivência boa é feita de pequenos cuidados

ESPAÇOS

Use, cuide e devolva bem

Mantenha sua estação organizada.
Preserve salas e áreas comuns.
Consuma alimentos nos locais adequados e cuide de café, chimarrão e utensílios compartilhados. Usou? Limpou e guardou.

TEMPO

Combine e comunique

Cumpra jornada e intervalos aplicáveis.
Avise atrasos e ausências assim que possível. Trabalho fora do expediente deve ser excepcional, necessário e previamente alinhado.

CONVIVÊNCIA

Converse com respeito

Cuide do volume, das salas e dos canais digitais. Resolva divergências de forma direta quando for seguro. Se o conflito persistir, procure a liderança ou o canal indicado.

Descanso também é trabalho bem cuidado: fora do horário, não se espera resposta imediata, salvo situação excepcional previamente combinada.

Dress Code Franchi: elegante, confortável e profissional

COMBINA COM NOSSO AMBIENTE

- De segunda a sexta, adotamos traje social, com bom caimento e cuidado.
- Camisas, blusas, calças de alfaiataria ou sarja e saias ou vestidos midi.
- Cores sóbrias ou pastéis; calçados sociais, limpos e conservados.
- Em reuniões com clientes, inclusive on-line, blazer ou paletó compõe a apresentação.

DEIXE PARA OUTROS CONTEXTOS

- Roupas de academia, bermudas, shorts, regatas e peças muito casuais.
- Chinelos, bonés, óculos escuros no escritório e calçados muito informais.
- Frases, estampas ou logos grandes e referências que desviem do contexto profissional.
- Transparências, decotes profundos ou peças inadequadas ao ambiente e à atividade.

Cuidado pessoal importa: cabelo cuidado, barba feita ou aparada, unhas cuidadas e perfume suave. Necessidades de acessibilidade, saúde, religião, gestação ou identidade devem receber adaptações razoáveis.

Cuidar da saúde,
da segurança e
do bem-estar



Segurança começa antes de acontecer

01 · PERCEBA

Risco não é rotina

Siga orientações, sinalizações, procedimentos e cuidados ergonômicos. Não improvise nem contorne uma medida de segurança.

02 · PARE

Se não está seguro

Interrompa a atividade dentro da sua alçada, preserve o local e peça orientação. Condição insegura deve ser comunicada.

03 · COMUNIQUE

Incidente e quase acidente

Relate imediatamente acidente, ameaça, violência, mal-estar relacionado ao trabalho ou situação que quase causou dano.

Nenhuma urgência comercial justifica colocar alguém em risco.

Bem-estar também exige responsabilidade

CUIDAMOS

- Da ergonomia, das pausas e das condições adequadas para realizar o trabalho.
- De uma carga de trabalho que permita diálogo, prioridade e organização.
- Da saúde física e emocional, procurando apoio quando necessário.
- De adaptações razoáveis para PcD e pessoas neurodivergentes.

NÃO É COMPATÍVEL

- Trabalhar com capacidade comprometida por álcool, drogas ilícitas ou uso inadequado de medicamentos.
- Portar, consumir, oferecer ou comercializar substância ilícita no ambiente de trabalho.
- Ameaça, violência, intimidação ou atitude que coloque alguém em risco.
- Ignorar sofrimento, risco psicossocial ou pedido razoável de ajuda.

Cuidar de si, dos colegas e do ambiente é parte da entrega.

Confiança também
se constrói
no mercado



Oferecer bem é explicar com clareza

01 · VERDADE

Antes da venda

Não prometa resultado, prazo, custo, elegibilidade ou condição sem base. Informação relevante precisa aparecer de forma simples e completa.

02 · ADEQUAÇÃO

Para a necessidade

Entenda o contexto do cliente. Apresente serviços compatíveis e explique condições, riscos, limitações e responsabilidades antes da decisão.

03 · QUALIDADE

Até o fim

Registre o combinado, entregue o que foi prometido e corrija falhas. Não pressione nem se aproveite da vulnerabilidade ou da falta de conhecimento.

Cliente bem informado decide melhor — e confia por mais tempo.

Competimos por mérito. Nunca por atalho.

FAZEMOS

- Competimos por qualidade, inovação, atendimento, confiança e eficiência.
- Comparamos ofertas usando fatos verdadeiros, verificáveis e obtidos legalmente.
- Respeitamos concorrentes, suas pessoas, marcas, contratos e informações protegidas.
- Usamos apenas fontes públicas ou legitimamente autorizadas para inteligência de mercado.

NÃO FAZEMOS

- Espalhar informação falsa, enganosa ou degradante sobre concorrentes.
- Combinar preços, margens, clientes, territórios, propostas ou estratégias.
- Manipular licitações, dividir mercado ou dificultar a concorrência por meios desleais.
- Usar listas, segredos ou informação confidencial para desviar clientes — durante ou após o vínculo.

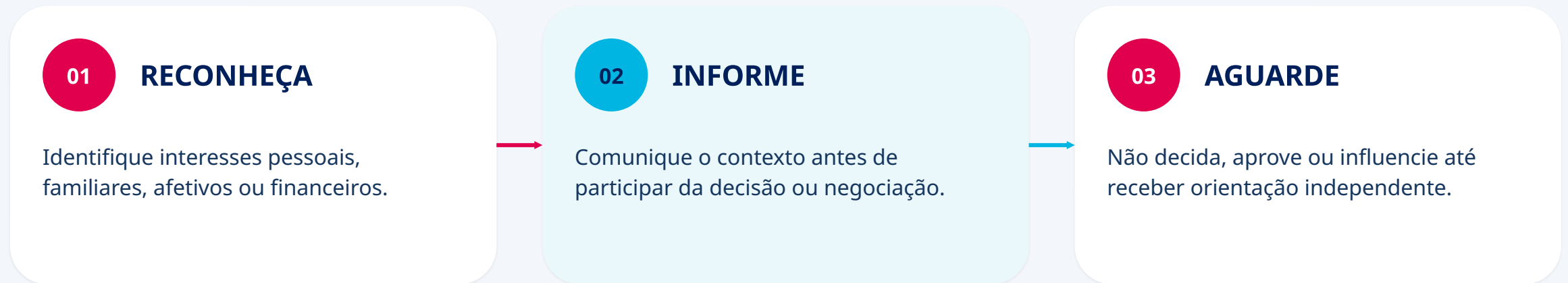
Em contato com concorrentes, evite conversas sobre preços, margens, clientes, territórios, propostas e estratégia comercial.

Escolhas
transparentes
protegem a
confiança



Conflito de interesse: reconheça, informe, aguarde.

Ter uma relação pessoal ou interesse não é automaticamente uma infração. O risco cresce quando isso é omitido.



PERGUNTA DE CONTROLE

Eu participaria desta decisão da mesma forma se meu vínculo ou interesse fosse conhecido por todos?

Se a resposta gerar desconforto, pare e declare o conflito. Transparência protege você, a decisão e a Franchi.

Presentes e relações pessoais pedem limites claros

PRESENTES: PODE

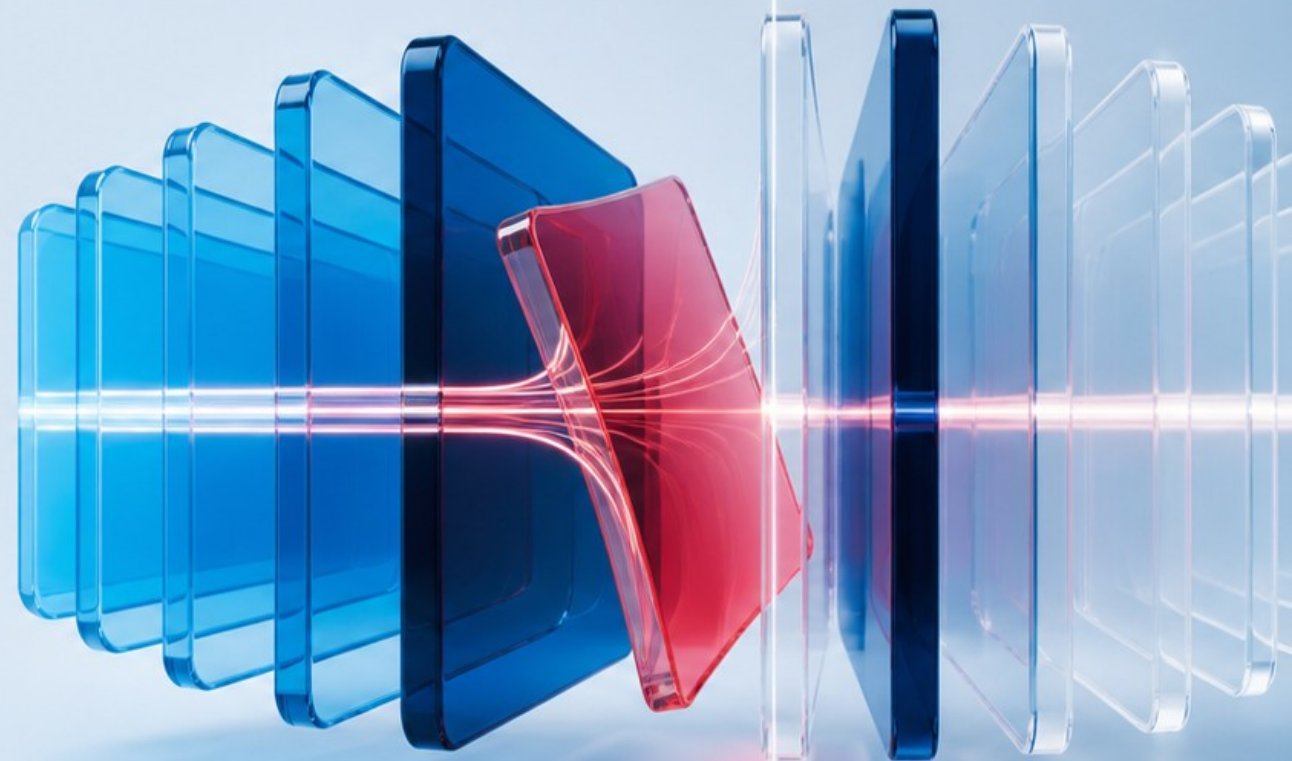
- Brinde simbólico, lícito, ocasional e sem expectativa de benefício.
- Hospitalidade modesta, documentada e fora de decisões sensíveis.
- Recusar ou declarar quando valor, frequência ou contexto gerar dúvida.
- Seguir os limites e aprovações definidos pela política interna.

PRESENTES: NÃO PODE

- Dinheiro, vale-presente ou vantagem equivalente.
- Benefício secreto, excessivo, repetido ou oferecido para influenciar.
- Presente durante contratação, aprovação, fiscalização ou negociação relevante.
- Favoritismo por vínculo familiar, afetivo ou financeiro.

Relação entre líder e subordinado deve ser declarada; a linha de reporte pode precisar mudar.

Integridade se
prova
nos detalhes



Registro íntegro é completo, preciso e rastreável

01 · VERDADE

Sem maquiagem

Não omita, altere, antecipe, atrase ou invente informação em contrato, sistema, relatório, ponto, despesa ou cadastro.

02 · CONTROLE

Alçada e evidência

Pagamento, desconto, reembolso, ajuste e exceção exigem finalidade real, documento correto e aprovação de quem tem alçada.

03 · CORREÇÃO

Erro se comunica

Preserve o histórico, informe rapidamente e corrija de forma autorizada e rastreável. Nunca apague evidência para esconder o fato.

Bancos de dados, listas de clientes e leads e bases de cadastro são ativos da Franchi. Desviar essas informações também viola a integridade.

Corrupção não cabe — por dentro nem por fora

NÃO OFERECEMOS NEM ACEITAMOS

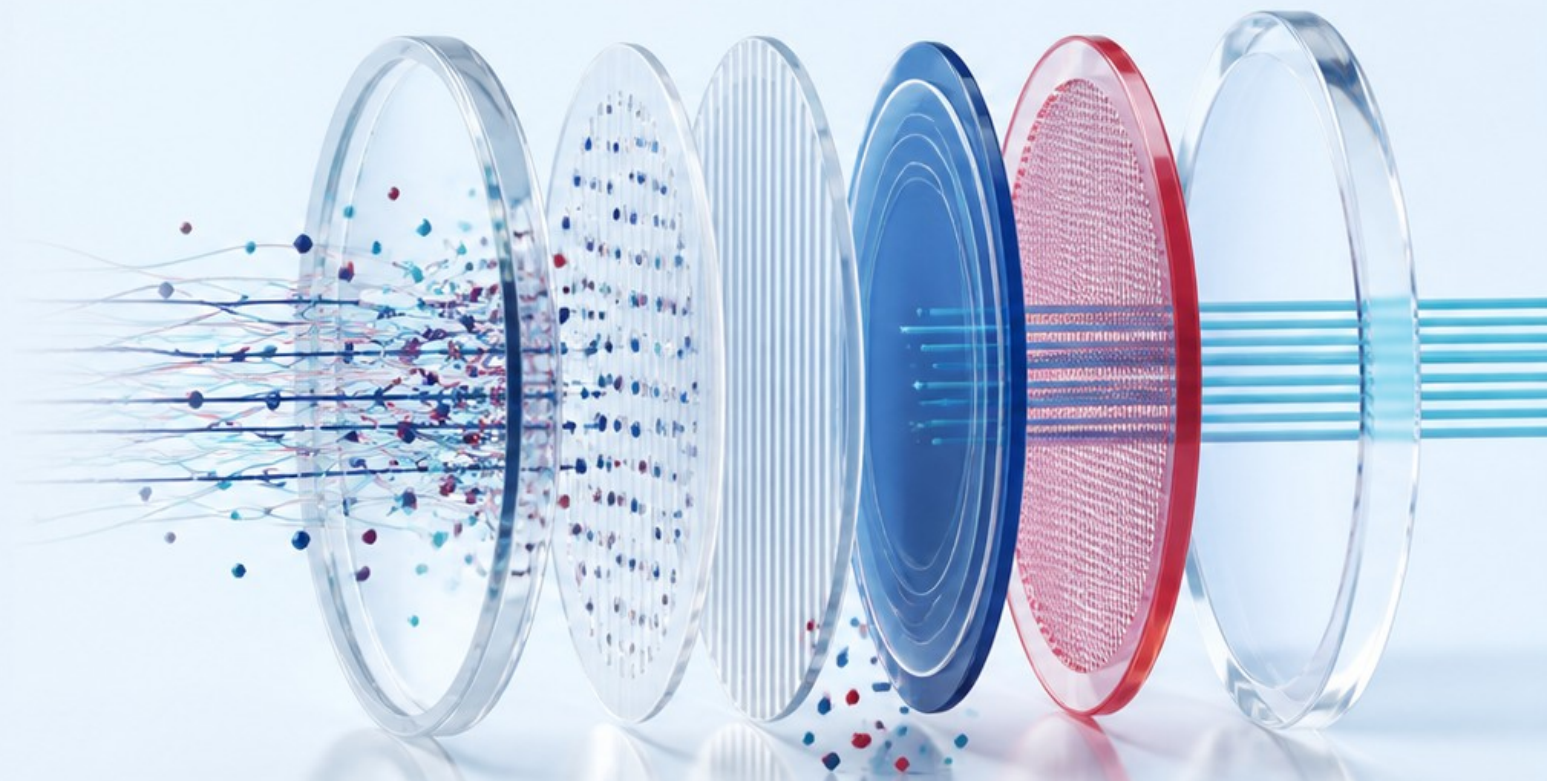
- Suborno, propina, comissão secreta ou pagamento de facilitação.
- Presente, favor, emprego ou doação para influenciar uma decisão.
- Vantagem indevida em relação pública ou privada, direta ou por terceiro.
- Nota, contrato ou intermediário usado para encobrir o destino real.

PROTEGEMOS OS REGISTROS

- Registramos transações de forma completa, correta e no período certo.
- Respeitamos alçadas, segregação de funções e evidências de aprovação.
- Guardamos documentos e não alteramos nem destruimos informação relevante.
- Relatamos pressão, fraude, conflito ou tentativa de contornar controles.

Mentir, enganar, omitir ou esconder fato relevante é violação — mesmo sem ganho financeiro.

Integridade
também é
saber quando
parar



PLD/FTP começa por conhecer, entender e verificar

01 · CONHECER

Quem está por trás

Identifique cliente, beneficiário final, atividade e representantes. Confirme documentos e poderes conforme o risco e a política.

02 · ENTENDER

Por que faz sentido

Compare propósito, valores, frequência, origem, destino, países e canais com o perfil conhecido.

03 · VERIFICAR

Antes de seguir

Consulte sanções, PEP e demais alertas exigidos para sua função. Registre análises, aprovações e exceções.

PLD/FTP é prevenir lavagem de dinheiro e o financiamento do terrorismo e da proliferação.

Sinal de alerta não é acusação. É motivo para escalar.

FIQUE ATENTO

- Pressão para pular etapas, evitar registros ou agir com urgência incomum.
- Dados incoerentes, recusa de informação ou beneficiário final oculto.
- Operação sem propósito aparente ou incompatível com o perfil.
- Fracionamento, terceiros sem explicação ou relação com país sancionado.

COMO AGIR

- Pause dentro da sua alçada e preserve documentos e registros.
- Relate ao canal de PLD/Compliance. Não investigue sozinho.
- Não avise o cliente sobre análise, monitoramento ou comunicação.
- Só a área autorizada decide reportar, bloquear ou encerrar a relação.

Também prevenimos corrupção, fraude, tráfico de drogas, terrorismo, crime organizado, cibercrime e evasão de sanções.

Informação pede
cuidado em cada
escolha



Dado pessoal só entra com finalidade, necessidade e proteção

01 · FINALIDADE

Use por um motivo

Colete e trate dados apenas para finalidade legítima de trabalho, com base autorizada e explicação clara.

02 · NECESSIDADE

Use o mínimo

Acesse, compartilhe e mantenha somente o necessário. Dados corretos, prazo definido e acesso por necessidade.

03 · PROTEÇÃO

Use canais aprovados

Não copie para e-mail, nuvem ou aparelho pessoal. Errou o destinatário, perdeu o dispositivo ou suspeitou? Relate.

Incidente não se esconde nem se corrige apagando rastros: comunique imediatamente.

IA ajuda. A responsabilidade continua humana.

Ferramentas de inteligência artificial podem acelerar análises, organizar informações e apoiar a criação. O uso só é responsável quando preserva sigilo, privacidade, segurança e revisão humana.

Use apenas ferramentas e casos de uso aprovados. Não envie dados pessoais, informações de clientes ou segredos da Franchi a serviços não autorizados.

Antes de usar um resultado, revise fatos, contexto, direitos autorais, vieses e adequação à finalidade. Quem utiliza a ferramenta continua responsável pelo que entrega.

Se a informação não poderia ser publicada, ela também não deve ser inserida numa IA aberta.

IMPORTANTE!

A Franchi pode monitorar registros dos sistemas corporativos, nos limites legais e das políticas internas, para proteger pessoas, dados, clientes e a continuidade dos negócios.

Consulte a Política de Segurança da Informação quando houver dúvida.

VOCÊ SABIA?

O treinamento periódico de segurança e privacidade ajuda a reconhecer riscos antes que eles se transformem em incidentes. Participar e aplicar o aprendizado faz parte do trabalho de todos.

→ Pare, proteja e pergunte antes de compartilhar.

O que construímos
também precisa ser
protegido



Acesso não significa autorização para usar

01 · SIGILO

Informação protegida

Dados de clientes e leads, bancos de dados, bases de cadastro, estratégias, preços, contratos, credenciais, modelos e processos ficam nos acessos autorizados.

02 · MARCA

Uso com consentimento

A Franchi não autoriza uso comercial de sua marca ou ativos de marca sem consentimento prévio por escrito.

03 · ATIVOS

Cuidado e finalidade

Equipamentos, licenças, bancos de dados, orçamento e tempo são ativos da Franchi para fins autorizados. Não copie, encaminhe ou retenha sem permissão.

Bancos de dados, clientes, leads e bases de cadastro são ativos empresariais da Franchi. É proibido usar, copiar, vender ou compartilhar para benefício pessoal ou de outra empresa.

O compromisso com o sigilo continua depois do vínculo

AO ENCERRAR O VÍNCULO

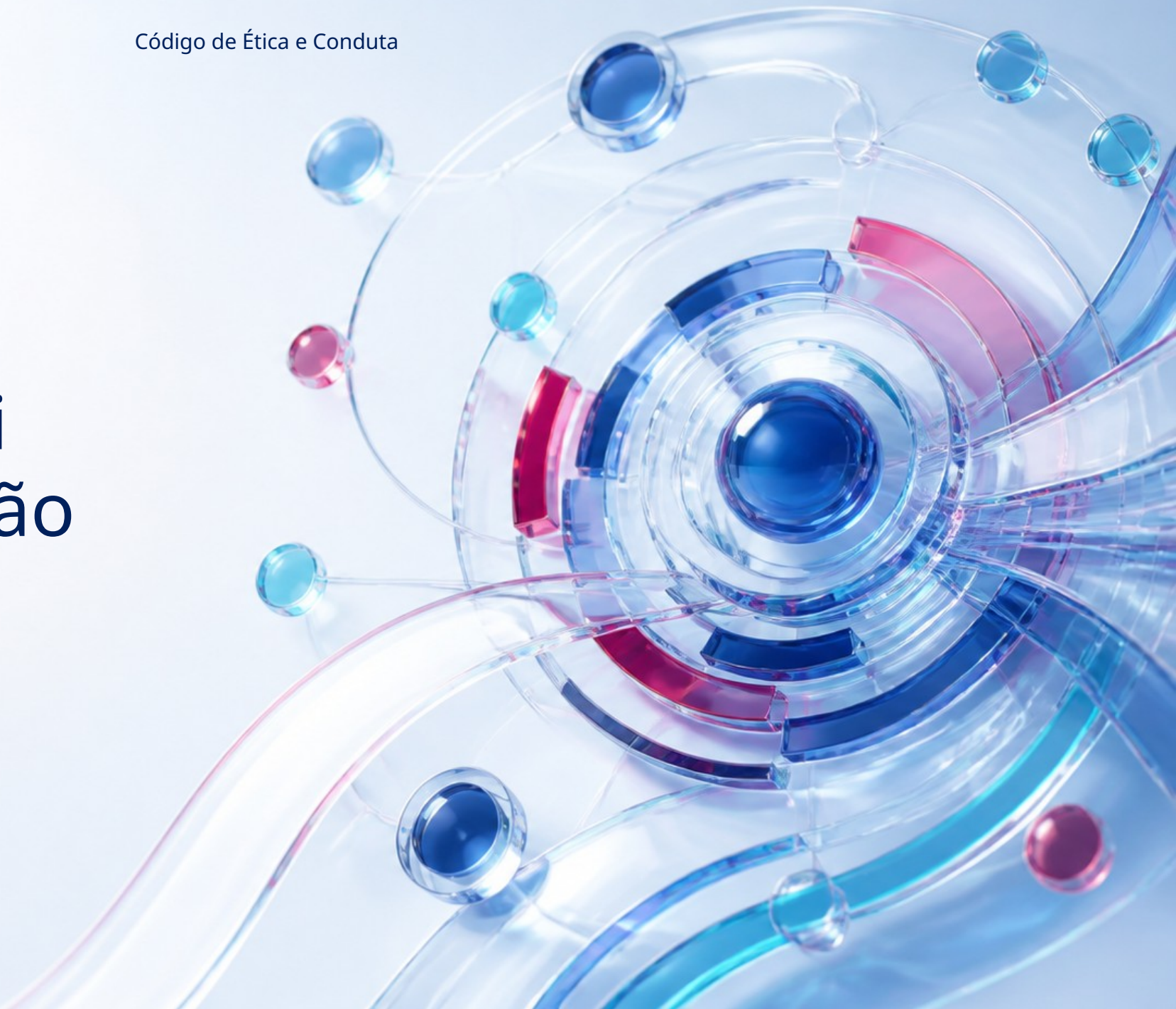
- Devolva equipamentos, documentos, chaves, cartões e credenciais.
- Remova dados corporativos de dispositivos autorizados pelo processo indicado.
- Não retenha listas de clientes ou leads, bancos de dados, cadastros ou outros conteúdos protegidos.
- Mantenha o sigilo e cumpra obrigações legais e contratuais.

O QUE CONTINUA SENDO SEU

- Sua experiência, habilidades e o conhecimento geral da profissão.
- Informações públicas obtidas por meios legítimos.
- O direito de trabalhar e se manifestar nos limites da lei e do contrato.
- Não use clientes, leads ou informação protegida em benefício próprio ou de outra empresa.

Pós-vínculo não apaga o aprendizado — mas não transforma informação protegida em patrimônio pessoal.

A voz da Franchi
precisa de direção



A voz institucional precisa de autorização

01 · QUEM FALA

Direção ou Marketing

Apenas a Direção e o Departamento de Marketing, com aval prévio da Direção, podem se manifestar em nome da Franchi.

02 · SITUAÇÃO ESPECIAL

Sempre passa pela Direção

Entrevista, nota, evento, crise, autoridade ou manifestação pública em nome da empresa exige autorização da Direção.

03 · SE FOR PROCURADO

Não improvise

Não confirme, negue ou antecipe informação. Registre o contato e encaminhe imediatamente à Direção e ao Marketing.

Cargo, acesso ou conhecimento do assunto não significam autorização para representar a Franchi.

Liberdade pessoal não se confunde com posição da empresa

NAS REDES PESSOAIS

- Manifeste opiniões próprias com respeito e dentro da lei.
- Deixe claro que a posição é pessoal quando o contexto puder gerar dúvida.
- Proteja dados, clientes, casos, estratégias e informações internas.
- Não use marca, identidade ou ativos da Franchi para dar caráter oficial ao conteúdo.

EM NOME DA FRANCHI

- Só publique ou responda com autorização da Direção e alinhamento do Marketing.
- Use informação verdadeira, clara, respeitosa e previamente validada.
- Contato com imprensa ou autoridade deve seguir o responsável designado.
- Preserve documentos e coopere; nunca esconda, altere ou destrua informação.

Opiniões pessoais são livres dentro da lei — mas não representam automaticamente a Franchi.

Parceiros também
representam nossas
escolhas



Antes de contratar, precisamos saber com quem estamos

01 · IDENTIDADE

Quem é o parceiro

Confirme razão social, controladores, beneficiário final, capacidade, licenças e representantes.

02 · INTEGRIDADE

Risco proporcional

Avalie reputação, sanções, PEP, conflitos e controles de PLD, privacidade, segurança, trabalho e ambiente, conforme o risco.

03 · CONTRATO

Escopo sem atalhos

Defina entrega, preço, pagamento, sigilo, dados, segurança, auditoria, cooperação, subcontratação e saída.

Urgência comercial não substitui diligência, aprovação e contrato.

Assinar é o começo. Acompanhar faz parte.

ACOMPANHAMOS

- Entrega, qualidade, notas fiscais, mudanças de escopo e subcontratações.
- Pagamento à parte e à conta contratadas, conforme entrega comprovada.
- Incidentes, alertas de integridade e mudanças de controle.
- Cumprimento do Código e das cláusulas aplicáveis.

NÃO ACEITAMOS

- Acordo paralelo, comissão ou taxa sem base, registro e aprovação.
- Pagamento em dinheiro, conta de terceiro ou documento falso.
- Intermediário usado para fazer o que a Franchi não faria diretamente.
- Resistência a corrigir falhas ou permitir verificação prevista.

Terceiro que atua por nós também pode afetar nossa reputação e responsabilidade.

Falar com
responsabilidade
também é proteger



Etapas da denúncia • 1 a 5

etica@franchi.co
etica.franchi.co

Do registro ao planejamento: cada etapa protege pessoas, evidências e decisões.

01

Recebida

A denúncia é registrada, recebe um número de protocolo e tem seus documentos e anexos preservados.

02

Triagem de risco

São identificados riscos urgentes, como ameaça à integridade física, assédio em curso, retaliação, fraude ativa, vazamento de dados, PLD/FTP ou destruição de provas.

03

Análise de admissibilidade

É verificado se o relato está no escopo da Franchi, se é compreensível e se apresenta elementos mínimos para apuração. Nesta etapa, ainda não se avalia culpa.

04

Definição do responsável

São verificados possíveis conflitos de interesse e definido quem conduzirá o caso com independência e confidencialidade.

05

Planejamento da apuração

São definidos os fatos a verificar, documentos necessários, pessoas a ouvir, responsáveis, prazos e medidas de proteção.

Confidencialidade • imparcialidade • necessidade de saber • não retaliação

Etapas da denúncia • 6 a 10

etica@franchi.coetica.franchi.co

Da apuração ao encerramento: fatos primeiro, decisão responsável e acompanhamento.

06

Apuração

São realizadas entrevistas e coletados documentos, registros de sistemas e outras evidências relevantes.

07

Conclusão técnica

É elaborado um relatório indicando quais fatos foram confirmados, não confirmados ou permaneceram inconclusivos.

08

Decisão

A instância competente analisa o relatório e decide sobre correções, orientações, medidas disciplinares ou outros encaminhamentos.

09

Aplicação das medidas e retorno

As medidas aprovadas são executadas e, quando possível, o denunciante recebe uma atualização pelo protocolo.

10

Monitoramento e encerramento

É verificado o cumprimento das medidas, a existência de possíveis retaliações e a necessidade de melhorias nos controles. Depois disso, o caso é formalmente encerrado.

Confidencialidade • imparcialidade • necessidade de saber • não retaliação

Um Código vivo
acompanha
a empresa



Conhecer o Código faz parte do trabalho

01 · CIÊNCIA

Compromisso registrado

Todos recebem o Código, esclarecem dúvidas e registram ciência na entrada e quando houver atualização relevante.

02 · TREINAMENTO

Aprender e aplicar

Há treinamento inicial, periódico e por função ou risco — com atenção a lideranças, PLD, dados, segurança e terceiros.

03 · VIGÊNCIA

A partir da aprovação

O Código entra em vigor após a aprovação da Direção e permanece válido até ser substituído. Regras legais e contratuais mais restritivas prevalecem.

A Franchi orienta e treina. Cada pessoa participa e leva o conteúdo para suas decisões.

Revisar é manter o Código útil

GOVERNANÇA

- Caroline Oliveira coordena o projeto e acompanha a implantação do Código.
- Rodrigo apoia a redação e a consolidação com as áreas responsáveis.
- Felipe aprova a versão e alterações relevantes.
- Responsáveis técnicos validam temas jurídicos, regulatórios e internos.

QUANDO REVISAMOS

- Em revisão formal periódica, recomendada ao menos uma vez por ano.
- Quando mudar lei, norma, negócio, estrutura, risco ou processo.
- Após incidentes, apurações, auditorias ou aprendizados relevantes.
- Toda versão recebe data, aprovação, comunicação, treinamento e arquivo.

Dúvidas e casos reais ajudam o Código a continuar simples, atual e aplicável.



etica@franchi.co • etica.franchi.co

Código de Ética e Conduta • Grupo Franchi