

# CÓDIGO DE CONDUTA

***Marcopolo S.A.***

---

# MENSAGEM

---

*É com satisfação que apresentamos o Código de Conduta da Marcopolo, atualizado pelo Comitê de Recursos Humanos e Ética em Junho de 2014 e aprovado pelo Conselho de Administração em 19 de agosto de 2014.*

*Este Código tem como objetivo orientar as ações no dia a dia de trabalho na empresa, facilitando as decisões e o relacionamento entre os diversos públicos que interagem com a equipe da Marcopolo.*

*Esta nova versão também contempla as orientações da empresa em relação ao Compliance e a adequação à legislação pertinente a que está sujeita tanto no Brasil quanto nas suas unidades no exterior.*

*Estamos certos que cada um de nossos colaboradores e parceiros de negócio colocará em prática os padrões de Conduta e Compliance que apresentamos neste documento, zelando sempre pelos valores e pelas diretrizes da Marcopolo.*

*Leia com atenção e, em caso de dúvida, contate com a área de Recursos Humanos de sua unidade ou os canais de comunicação (ouvidoria interna e externa) indicados nas últimas páginas.*

*Para melhor entendimento, a definição dos termos técnicos utilizados está no início deste Código, sob a denominação de glossário.*

*Comitê de Recursos Humanos e Ética  
Direção Geral*

# INTRODUÇÃO

O Código de Conduta estabelece os valores, as diretrizes e os padrões de conduta que orientam as decisões nos negócios e o comportamento de todos os administradores e colaboradores da Marcopolo, em todos os níveis e sem exceção. Este Código também deverá servir de referência para os parceiros de negócio, como fornecedores, prestadores de serviço, representantes de vendas, concessionários e distribuidores, dentre outros.

Apesar de este documento fornecer diversas diretrizes sobre os padrões de Conduta e *Compliance* (medidas e regras necessárias para garantir a observância e o cumprimento da legislação aplicável e das políticas estabelecidas pela empresa), entende-se que nenhum código é capaz de abranger todas as questões éticas que possam eventualmente surgir na prática. Assim sendo, em caso de dúvidas de interpretação ou situações não previstas neste manual, a empresa sugere a procura por orientação adicional e suporte dos responsáveis pelos assuntos de Conduta e *Compliance*.

Desde a sua fundação, a Marcopolo desenvolveu uma visão fortemente pautada em valores. Tais valores devem nortear a conduta das pessoas que fazem parte do contexto da Corporação Marcopolo, essenciais para consolidar a imagem de empresa sólida e confiável.

# VISÃO

Ser um grupo empresarial relevante nos negócios e geografias em que estiver atuando e de sólida imagem socioambiental e econômica.

# MISSÃO

Desenvolver soluções valorizadas pelos clientes, com base nos princípios da inovação e da sustentabilidade, contribuindo para a evolução do transporte coletivo de passageiros e o progresso social.

# GLOSSÁRIO

## **ADMINISTRADORES**

Conselheiros, Diretores, Gerentes, Coordenadores e demais empregados com atribuição de gestão na empresa.

## **ÁREA DE TRABALHO**

Caracteriza-se por compartilhar do mesmo gestor (superior imediato), ou mesmo local físico ou mesmo turno de trabalho.

## **COLABORADOR**

Todo empregado das empresas da Corporação Marcopolo em qualquer país.

## **COLIGADAS**

São as sociedades nas quais a Marcopolo tem influência significativa, porém sem exercer o controle.

## **CONTROLADAS**

São as sociedades nas quais a Marcopolo possui direitos de sócio que lhe assegurem, de modo permanente, a preponderância das deliberações sociais e o poder de eleição dos administradores.

## **COMPLIANCE**

Medidas e regras necessárias para garantir a observância e o cumprimento da legislação aplicável e das políticas estabelecidas pela empresa.

## **COMPLIANCE OFFICER**

Profissional responsável por conhecer e disseminar os princípios e diretrizes de *compliance* da empresa aos públicos pertinentes, implementar e coordenar controles de *compliance* em processos, e garantir o cumprimento das políticas e normas de *compliance*.

## **CONFLITO DE INTERESSE**

Toda e qualquer prática ou ato que seja, ou possa ser considerado incorreto, ilegal, imoral, injusto ou que se sobreponha aos interesses da empresa e da comunidade.

## **CVM**

Comissão de Valores Mobiliários

## **ÉTICA**

Diretrizes pessoais e sociais de boa conduta que se aplicam a indivíduos, grupos ou organizações.

## **ENTIDADES SEM FINS LUCRATIVOS**

Governos, Entidades de Classe, Sindicatos, Instituições Religiosas, Organizações Não Governamentais (ONG's), Fundações e outras instituições.

## **GOVERNANÇA**

Refere-se à relação entre a empresa, os acionistas, os demais stakeholders, os mecanismos e os princípios que governam o processo decisório da gestão na empresa.

## **INVESTIDORES**

Acionistas e/ou pessoas com intenção de compra no mercado de ações.

## **LAÇOS FAMILIARES**

É a relação existente entre avós, pais, filhos, netos, irmãos, cônjuges, companheiros, genros, noras, cunhados, sogros e sogras, ou outros casos que sejam caracterizados como dependência econômica.

## **LAVAGEM DE DINHEIRO**

Refere-se a práticas econômico-financeiras que têm por finalidade dissimular ou esconder a origem ilícita de determinados ativos financeiros ou bens patrimoniais, de forma a que tais ativos aparentem uma origem legal ou a que, pelo menos, a origem ilícita seja difícil de demonstrar ou provar.

## **NÍVEL DE SUBORDINAÇÃO PARA A RELAÇÃO CHEFE – SUBORDINADO**

Não é permitido até o 3º nível hierárquico superior.

## **PARCEIROS**

Fornecedores, prestadores de serviços, montadoras, representantes comerciais, concessionários, instituições financeiras, distribuidores e revendedores.

---

## ABORDAGEM GERAL

---

O Código de Conduta da Marcopolo está respaldado em princípios claros de boa Governança e *Compliance*, e se pauta em práticas que sejam do conhecimento de todos. Esse conceito tem a ver com a qualidade de atitudes e ações das pessoas, podendo se afirmar que o ser humano é o grande direcionador da Governança.

As ações da empresa serão sempre voltadas para promover o respeito mútuo entre todos os colaboradores, representantes, fornecedores, prestadores de serviços, sindicatos, entidades de classe, governo, imprensa, clientes e demais partes interessadas da Marcopolo. É responsabilidade da liderança da Marcopolo, independentemente do nível hierárquico, criar um ambiente de trabalho saudável, transparente e de respeito e confiança.

Os Padrões de Conduta estão intimamente associados aos Valores definidos pela Marcopolo, fundamentais para o sucesso dos Negócios, que são:

---

## VALORES DA MARCOPOLO

---

### **RESPEITO E VALORIZAÇÃO DAS PESSOAS**

O relacionamento da Marcopolo com as pessoas é de respeito, valorização e transparência. Seu principal diferencial é o trabalho em conjunto, realizado por equipes comprometidas e preparadas, constantemente motivadas pelas oportunidades de crescimento e aprimoramento profissional. Qualquer pessoa, seja da empresa ou de fora dela, deve ser tratada com dignidade e justiça.

### **SATISFAÇÃO DOS CLIENTES**

A satisfação dos clientes é a razão do sucesso da Marcopolo. Esforços devem ser direcionados para identificar o que é percebido como valor pelos clientes, estabelecer ações capazes de transformar esse princípio em realidades lucrativas recíprocas, respaldadas em relacionamentos seguros e de longo prazo. Proximidade e confiança são requisitos chave para a formação deste valor.

## **SOLIDEZ ECONÔMICO-FINANCEIRA**

A Marcopolo tem como premissa básica que a solidez econômico-financeira dos negócios é fundamental para seu crescimento sustentável. O compromisso com a excelência e a geração de valor deve nortear o dia a dia dos profissionais e parceiros da Marcopolo.

## **MEIO AMBIENTE E COMUNIDADES**

A Marcopolo e seus colaboradores têm um importante compromisso com a saúde, a segurança, o meio ambiente e as comunidades onde atuam. Através de programas voltados a causas ambientais e sociais, a empresa consolida sua política de gestão focada no desenvolvimento sustentável.

## **ÉTICA**

A Marcopolo adota uma atitude de responsabilidade e respeito com as pessoas e instituições com que se relaciona. É de grande importância para a empresa que conflitos de interesse sejam evitados e resolvidos de forma transparente, de acordo com as diretrizes do Código de Conduta.

## **PARCERIAS**

Os parceiros de negócios, caracterizados principalmente por fornecedores, prestadores de serviços, montadoras, representantes comerciais, concessionários, instituições financeiras, distribuidores e revendedores, são fundamentais para a Marcopolo. Devem ser construídos relacionamentos de longo prazo, com regras claras e práticas que resultem em sucesso conjunto.

A Marcopolo incentiva seus colaboradores e parceiros de negócio a se expressarem com o intuito de identificar oportunidades de ações para a melhoria contínua nos ambientes da empresa.

---

# RESPONSABILIDADES DOS ADMINISTRADORES

---

Compete aos Conselheiros, Diretores, Gerentes, Coordenadores e demais empregados com atribuição de gestão na Marcopolo, bem como seus representantes institucionais, no exercício de suas atividades:

- Liderar através do exemplo, adotando atitudes e comportamentos coerentes aos Valores Marcopolo;
- Promover e comprometer-se com uma conduta ética, incluindo o tratamento isento em situações que caracterizem conflitos de interesses de relacionamento pessoal e profissional, sejam efetivos ou potenciais;
- Evitar conflitos de interesses, comunicando ao Comitê de Conduta qualquer relacionamento ou transação que possa presumir a existência potencial de situações dessa natureza;
- Tomar todas as medidas cabíveis para proteger a confidencialidade de informações restritas sobre a Empresa, tanto de natureza mercadológica, tecnológica e aquelas que envolvam valores mobiliários; e
- Comunicar ao Comitê de Conduta e/ou ao *Compliance Officer* eventual violação a essas diretrizes.



# RELAÇÕES COM COLABORADORES

O relacionamento entre a Marcopolo e os Colaboradores deve estar respaldado no senso de justiça, motivação, respeito mútuo e na valorização pelo ser humano, na transparência e no compartilhamento de responsabilidades.

A Empresa deve oferecer as mesmas oportunidades de crescimento para todos os colaboradores, rejeitando qualquer atitude de discriminação. Nenhuma decisão que afete a carreira de um ou mais colaboradores pode ser tomada em função de preferências, vínculos pessoais ou interesses alheios a Marcopolo.

A contratação de parentes de colaboradores poderá ser considerada, desde que sejam avaliados e concorram às oportunidades de

emprego em condições similares a de outros candidatos. Não é permitido o emprego na mesma área de trabalho e nem é permitida a relação chefe-subordinado entre pessoas com laços familiares (veja no glossário a definição de área de trabalho, laços familiares e nível de subordinação).

A empresa não admite qualquer forma de assédio moral ou sexual contra nenhum Colaborador. O assédio moral é caracterizado por abuso de poder, desqualificando, menosprezando ou humilhando o outro. O assédio sexual é caracterizado por alguém que faz proposta de caráter sexual a outra pessoa, negando-lhe a possibilidade de recusar pelo uso da intimidação, chantagem ou outros meios de coação.

---

# RELAÇÕES COM COLABORADORES

---

Instalações, equipamentos, máquinas, materiais e informações de propriedade da Marcopolo devem ser utilizados pelos colaboradores apenas para fins de trabalho, de acordo com as normas da empresa. Os colaboradores deverão solicitar permissão antes de utilizar esses bens em projetos ou propósitos alheios aos da empresa.

Todos os arquivos e informações criados, recebidos ou armazenados nos computadores e servidores da Marcopolo, incluindo dispositivos móveis, são considerados propriedade da empresa.

Por este motivo, a Marcopolo poderá monitorar qualquer informação transmitida ou armazenada nesses locais. O uso adequado dos recursos computacionais da Marcopolo está detalhado na Política de Segurança da Informação.

Os administradores, representantes e colaboradores da Marcopolo não devem oferecer ou aceitar presentes ou vantagens econômicas de qualquer natureza que possam ser correlacionadas com qualquer tipo de negociação no contexto da Marcopolo, exceto objetos de pequeno valor classificados como brindes de marketing.

## RELAÇÕES COM PARCÉIROS DE NEGÓCIOS

Os parceiros de negócios, caracterizados principalmente pelos Fornecedores, Prestadores de Serviço, Montadoras, Representantes Comerciais, Instituições Financeiras, Concessionários, Distribuidores e Revendedores têm um papel importante e estratégico para a Marcopolo. Devem ser construídos relacionamentos de longo prazo, com regras claras, baseados em confiança e comprometimento recíprocos, através do aprendizado e de experiências compartilhadas, estimulando práticas que resultem em sucesso conjunto.

Os parceiros de negócios da Marcopolo devem ter seus direitos respeitados e preservados, bem como cumprir com as obrigações contratuais estabelecidas de comum acordo entre as partes envolvidas.

Nenhum integrante dos quadros profissionais de parceiros de negócios poderá pertencer ao quadro profissional da Marcopolo, independentemente de nível ou área de atuação.

Não é admitido o fornecimento de produtos ou serviços por empresa(s) cujo(s) profissional(ais), sócio(os) ou representante(s) tenha(m) laços familiares com administrador(es) da Marcopolo que atue(m) em área usuária ou contratante, ou que esteja(m) em posição que possa influenciar diretamente a tomada de decisões.

Da mesma forma, não é admitida a venda de produtos ou serviços para distribuidores, concessionários e/ou revendedores, cujo(s) profissional(ais) ou sócio(os), tenham laços familiares com administrador(es) da empresa.

---

# RELAÇÕES COM EMPRESAS CONTROLADAS E COLIGADAS

---

As empresas Controladas e Coligadas da Marcopolo são consideradas como parceiros estratégicos do negócio, sendo estimulados relacionamentos de respeito e confiança entre todas as partes envolvidas.

O Código de Conduta deverá ser implementado e aplicado nas empresas e unidades controladas da Marcopolo, observando-se a viabilidade e as características da cultura local. No caso de empresas coligadas, deverão ser feitos esforços para que Códigos de Conduta semelhantes ao da Marcopolo ou da empresa parceira sejam implementados.

A Marcopolo, em conformidade com preceitos da legislação brasileira a que está sujeita, estenderá às empresas Controladas e Coligadas os dispositivos legais aplicáveis.

## **RELAÇÕES COM INVESTIDORES**

O relacionamento com investidores deve ser pautado pela transparência e confiabilidade nas informações, através de comunicação clara, ágil e objetiva. Informações sobre negócios, resultados financeiros, mercado e outros, somente devem ser fornecidas por pessoas autorizadas, de acordo com a Política de Divulgação de Informações da Marcopolo e regulamentações específicas da Comissão de Valores Mobiliários - CVM.

Não é permitido aos colaboradores aconselhar a compra ou venda de ações, ou utilizar informações que não sejam de domínio público para, de alguma forma, influenciar a cotação das ações no mercado.

## **RELAÇÕES COM O MEIO-AMBIENTE**

As atitudes em relação ao meio-ambiente têm como prioridade o respeito pela natureza, a prevenção e a redução dos impactos ambientais, através de ações e do comprometimento das pessoas, da melhoria dos processos e da aplicação de tecnologias adequadas, voltadas ao desenvolvimento sustentável.

---

## RELAÇÕES COM AS CÔMUNIDADES

---

A responsabilidade social da Marcopolo e dos colaboradores é exercida por meio da Fundação Marcopolo, que tem como parte de sua missão o desenvolvimento social de crianças e adolescentes das comunidades onde a empresa está presente.

Não devem ser adotadas práticas comunitárias que venham beneficiar interesses pessoais de administradores ou colaboradores da Marcopolo ou de políticos, em detrimento aos interesses institucionais.

---

## RELAÇÕES COM CLIENTES

---

A satisfação dos Clientes é a razão do sucesso da Marcopolo. Esforços devem ser direcionados para identificar o que é percebido como valor pelos Clientes, estabelecendo ações capazes de transformar tais valores em realidades lucrativas recíprocas, respaldadas em relacionamentos seguros e de longo prazo.

Os colaboradores, de qualquer nível hierárquico, se forem abordados, tem a liberdade de falar com Clientes. Entretanto, as informações relativas ao Cliente deverão ser encaminhadas à área responsável para atendimento.

A presteza e a agilidade de resposta ao Cliente são fundamentais para a imagem da Marcopolo, sendo obrigação dos colaboradores responder a todas as dúvidas do cliente e esclarecer, com transparência e respeito, as políticas da empresa.

Não é admitida a venda de produtos ou serviços da Marcopolo para Clientes que tenham laços familiares com administrador da empresa que esteja em posição que possa influenciar diretamente a tomada de decisões.

---

## RELAÇÕES COM CONCORRENTES

O relacionamento da Marcopolo com os concorrentes deve ser de respeito. A concorrência deve ser encarada como saudável e fonte de referência para novos desafios, promovendo o aperfeiçoamento e a inovação contínua.

Fora dos ambientes de Associações de Classe, não é permitido tratar com pessoas ligadas à concorrência sobre temas de qualquer natureza que possam afetar os interesses da Marcopolo.

A Marcopolo não entrará em acordos formais ou informais com seus concorrentes para a manipulação de preços, participação em concorrências públicas ou alocação de produtos. No relacionamento com concorrentes, serão observadas todas as leis antitruste e demais leis que protejam a livre concorrência.

## RELAÇÕES COM ENTIDADES SEM FINS LUCRATIVOS

O relacionamento da Marcopolo com entidades sem fins lucrativos deve ser pautado pelo profissionalismo, zelando pelos interesses e compromissos da Empresa de forma respeitosa e legal.

A Marcopolo deve respeitar o direito de seus colaboradores de se associar livremente a essas entidades, assegurando que não haja qualquer tipo de discriminação. A conduta dos colaboradores que representam a empresa junto a essas entidades deve igualmente seguir rigorosamente os princípios definidos neste código.

# ATIVIDADES E CONTRIBUIÇÕES POLÍTICAS

A Marcopolo pode apoiar partidos políticos e/ou candidatos cujas ideias e propostas sejam consistentes com os princípios da empresa. Todo e qualquer apoio dessa natureza deve ser efetivado estritamente de acordo com a legislação em vigor.

A empresa pode ir a público para manifestar posição sobre temas de seu interesse, representada por seus administradores e executivos, podendo ainda, apoiar posições de Entidades de Classe que a representem.

Não deve haver restrição às atividades político-partidárias dos empregados, mas estes deverão sempre agir em caráter pessoal e de forma a não interferir em suas responsabilidades profissionais. Tais atividades não devem ocorrer no ambiente de trabalho, nem envolver recursos, materiais ou equipamentos da empresa. Os empregados tampouco devem usar uniformes ou outra identificação da empresa quando no exercício de atividades políticas.

Todos os colaboradores, inclusive terceiros que representem ou venham a representar a Marcopolo nestas atividades, deverão, de igual forma, observar este Código de Conduta, bem como as demais políticas da empresa e leis aplicáveis.



# RELAÇÕES COM IMPREENSA E DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES

O relacionamento da Marcopolo com a imprensa deve ter o compromisso de disponibilizar informações consistentes e transparentes, respeitando os princípios éticos, a legislação vigente e as regulamentações específicas da Comissão de Valores Mobiliários – CVM.

Declarações ao público e à imprensa em geral somente devem ser feitas pelas pessoas expressamente autorizadas pela empresa.

Os colaboradores da Marcopolo, em qualquer nível hierárquico, não deverão utilizar informações confidenciais e/ou privilegiadas que possam influenciar decisões de investimento ou gerar vantagens indevidas. Tais informações não devem ser divulgadas a terceiros, mesmo que sejam familiares ou amigos próximos.

Qualquer divulgação de informações que envolvam atos e fatos relevantes, bem como a manutenção de sigilo acerca de informações não divulgadas, devem seguir o disposto na Política de Divulgação de Informações da Marcopolo.

# PREVENÇÃO À LAVAGEM DE DINHEIRO E COMBATE À CORRUPÇÃO

A Marcopolo está comprometida em seguir os preceitos das legislações anticorrupção e de combate à lavagem de dinheiro nos mercados em que atua, em promover uma cultura de transparência e combater a corrupção, não tolerando quaisquer transações financeiras incomuns que possam dar margem a práticas corruptivas, de lavagem de dinheiro ou que de qualquer forma atentem contra o patrimônio público nacional ou estrangeiro.

Desta forma, por meio do investimento em programas e ferramentas de compliance, entre eles a aplicação de treinamentos em práticas de respeito à lei, a Marcopolo busca assegurar o cumprimento dos preceitos legais atinentes.

# COMITÊS DE CONDUTA

Os Comitês de Conduta têm a responsabilidade de zelar e atualizar este Código, promover a divulgação e disseminar padrões de conduta adequados para a Marcopolo. Também são responsáveis por orientar aos interessados no caso de dúvidas quanto à aplicação deste Código, assim como a apuração e tomada de decisão quando verificados casos de violação dos princípios estabelecidos.

No caso dos Comitês se defrontarem com situações que possam gerar desconfortos ou constrangimentos para julgamento, devem ser submetidas ao Comitê de Recursos Humanos e Ética e, persistindo o impasse, pode-se alternativamente buscar apoio de árbitro externo, com isenção e independência, para emissão de parecer que ajude na solução.

Para que sua atuação seja efetiva, os Comitês de Conduta devem atuar em três instâncias:

## **A) COMITÊ DE RECURSOS HUMANOS E ÉTICA**

É a instância máxima de aplicação e avaliação de situações conflitantes ao Código de Conduta relacionadas com posições de Diretoria, como também em casos que extrapolem as competências do Comitê Central. Este Comitê é eleito a cada dois anos e se reporta ao Conselho de Administração da empresa. Outros colaboradores podem ser convidados para participar deste Comitê, conforme a necessidade.

## **B) COMITÊ CENTRAL DE CONDUTA**

Tem como função principal coordenar a adoção das diretrizes do Código de Conduta por todos que fazem parte do contexto Marcopolo na cidade de Caxias do Sul, RS, Brasil. Também coordena a implementação e adoção do Código de Conduta nas unidades controladas fora da referida cidade. Reporta-se diretamente ao Comitê de Recursos Humanos e Ética.

Tem a seguinte composição básica: Diretor/Gerente de Recursos Humanos; Diretor de Relações com Investidores; Diretor de Controladoria e Finanças; Diretor Industrial; e Assessor Jurídico. Outros membros poderão ser extraordinariamente indicados pelo Comitê de Recursos Humanos e Ética para integrar o Comitê Central de Conduta.

Outros colaboradores podem ser convidados para participar de uma reunião do Comitê Central de Conduta, conforme necessidade. Não é permitida a participação de qualquer pessoa cuja situação de julgamento lhe diga respeito, direta ou indiretamente.

## **C) COMITÊ LOCAL DE CONDUTA**

Tem como função implementar as diretrizes do Código de Conduta em operações localizadas fora de Caxias do Sul, RS, Brasil, reportando-se diretamente ao Comitê Central de Conduta. Comitês Locais de Conduta devem ser formados nas unidades controladas onde o Código de Conduta for implementado.

Tem a seguinte composição básica: titular da unidade; titulares das seguintes áreas locais: Recursos Humanos; Industrial; Administrativo-Financeiro; Jurídico (quando houver no quadro funcional).

Outros colaboradores podem ser convidados para participar de uma reunião do Comitê Local, conforme necessidade. Não é permitida a participação de qualquer pessoa cuja situação de julgamento lhe diga respeito, direta ou indiretamente.

A Marcopolo procura detectar e conter violações éticas e condutas inadequadas ou ilegais em seu ambiente. É importante que todos os colaboradores cooperem com os esforços e forneçam informações verdadeiras quando solicitados a tal. Em caso de obstrução ou omissão na apuração das possíveis violações, ações disciplinares serão aplicáveis, em conformidade com o que rege este Código e a política de *Compliance*, bem como a legislação específica ou em vigor.

---

# CANAIS DE COMUNICAÇÃO (OUVIDORIA INTERNA E EXTERNA)

---

A Marcopolo disponibiliza canais de comunicação para dúvidas, reclamações, sugestões e denúncias como corrupção, suborno, fraude, condutas ilegais ou antiéticas, agressão ao meio-ambiente, práticas ou registros contábeis questionáveis, mau uso dos ativos da empresa e discriminação (de gênero, racial, social, religiosa ou de qualquer outro tipo). O objetivo é facilitar o cumprimento e a efetividade do Código de Conduta e do *Compliance*. Para isto poderão ser utilizados os seguintes canais de ouvidoria interna e externa:

**CANAL LIVRE** (acesso pela página corporativa da Intranet): Para enviar manifestações com ideias, sugestões, elogios, críticas e reclamações sobre questões gerais da empresa, como benefícios, rotinas de trabalho, relacionamento, normas internas e outras situações do dia a dia.

**COMITÊ DE CONDUTA** (acesso pela página corporativa da Intranet ou pelo formulário *Declaração de Conduta* anexo a esta cartilha): Para esclarecer dúvidas ou solicitar orientação individual sobre situações pessoais que possam estar em conflito com as diretrizes do Código de Conduta ou para informar outras situações com potencial conflito.

**CANAL ABERTO** (pelo e-mail [canalabertomarcopolo@romagna.com.br](mailto:canalabertomarcopolo@romagna.com.br) ou pelo telefone 0800.7027070): Para esclarecer dúvidas, reclamações e denúncias por meio externo.

**COMPLIANCE OFFICER** (pelo e-mail [compliance@marcopolo.com.br](mailto:compliance@marcopolo.com.br)): Exclusivamente para denúncias por meio interno.

# ACÇÕES DÍSCIPLINARES

A Marcopolo não tolera violações de cunho ético e condutas que estejam em desacordo com as diretrizes deste Código. A empresa encoraja a iniciativa de comunicar voluntariamente o envolvimento em uma violação, sendo esta atitude levada em consideração no momento de determinar eventual ação disciplinar adequada. Os Comitês de Conduta têm a autoridade para definir a aplicação de ações disciplinares de acordo com sua gravidade, utilizando como referência:

## **CASOS LEVES**

advertência verbal;

## **CASOS MODERADOS**

advertência escrita;

## **CASOS GRAVES**

suspensão disciplinar ao trabalho e até demissão por justa causa (artigo 482 da Consolidação das Leis do Trabalho).

As penas aplicadas pela empresa não dispensam nem substituem eventuais penalidades legais, por infrações a normas ou regulamentos de órgãos ou entidades com as quais a Marcopolo se relaciona.

Todo colaborador sujeito a uma ação disciplinar deverá ser submetido a treinamentos específicos, de acordo com a gravidade do caso.

# **Marcopolo S.A.**



Comitê de Recursos Humanos e Ética  
[comite.conduta@marcopolo.com.br](mailto:comite.conduta@marcopolo.com.br)  
[www.marcopolo.com.br](http://www.marcopolo.com.br)

Agosto | 2014