

Código de Conduta Ética



Sumário

MENSAGEM DE ABERTURA	5
APRESENTAÇÃO: MISSÃO, VISÃO, NEGÓCIO E VALORES	7
PACTO GLOBAL	9
01. O CÓDIGO DE CONDUTA ÉTICA DA FUNDAÇÃO FRITZ MÜLLER	11
02. INSTITUCIONAL	14
03. CONDUTA NAS RELAÇÕES HUMANAS	21
04. RELAÇÃO SUSTENTÁVEL COM A COMUNIDADE E O MEIO AMBIENTE	40
05. COMITÊ DE ÉTICA	43
06. DISPOSIÇÕES FINAIS	47





Mensagem de abertura

A Fundação Fritz Müller, instituição de direito privado sem fins lucrativos, reafirma seu compromisso com os valores éticos por meio deste Código de Conduta, que estabelece as diretrizes que orientam as ações e decisões de todos os integrantes da instituição.

Na busca contínua por evolução e adoção das melhores práticas de governança, o Código passou por um processo de revisão, culminando na aprovação de uma nova versão em setembro/2025 pelos Conselhos da instituição (5ª edição). Este aprimoramento contou com o apoio e a dedicação do Comitê de Ética, resultando em um formato mais atual, claro e aderente às necessidades institucionais, agora compartilhado com todos os stakeholders.

Este documento é fundamentado nos valores e princípios da Fundação e tem como propósito fortalecer as relações e conexões estabelecidas neste Hub de Conhecimento, promovendo um ambiente ético, transparente e responsável.

A partir desta versão, o Código de Conduta passa a integrar formalmente as instâncias de governança da instituição, consolidando-se como um instrumento essencial de orientação e compromisso coletivo.

Marcel Hugo
Presidente do Conselho Curador



Apresentação

A Fritz Müller, fundação pública de direito privado, é uma instituição de educação continuada e corporativa genuinamente catarinense. Com atuação próxima à prática do mundo empresarial, trabalha ao lado de pessoas e organizações na busca de soluções que promovam o desenvolvimento profissional e a evolução sustentável dos negócios e da sociedade.

Desde sua instituição, em 1996, a Fundação Fritz Müller pauta sua atuação na oferta de soluções educacionais de alto valor agregado, desenvolvendo programas diversificados, com conteúdos específicos e alinhados aos diferentes níveis de desafios do ambiente corporativo. Além disso, mantém o compromisso com práticas socioambientais responsáveis, apoiando e realizando projetos de impacto social.

Neste contexto, o presente Código reafirma os princípios éticos, os valores institucionais e as diretrizes de conduta que orientam nossas relações e decisões. Mais do que um conjunto de normas, este documento representa o compromisso da Fundação Fritz Müller com a integridade, a transparência, o respeito às pessoas, a responsabilidade socioambiental e a sustentabilidade dos negócios.

A Fritz Müller se compromete a seguir este Código, bem como todas as leis e regulamentos aplicáveis às suas atividades e negócios. Convidamos você a compartilhar desse compromisso, engajando-se plenamente para que, juntos, possamos fazer a diferença em todos os ambientes em que atuamos, estabelecendo relações éticas, responsáveis e sustentáveis. Cumprir as diretrizes deste Código é um compromisso pessoal, consciente e intransferível.

A DIRETORIA INSTITUCIONAL



Missão

Promover a educação, incluindo o desenvolvimento científico, tecnológico, cultural e inovação.



Visão

Ser referência em Educação Continuada e Educação Corporativa no estado de Santa Catarina.



Negócio

Desenvolvimento de pessoas e organizações.



Valores

Ética: proceder com lealdade, confiança, honestidade, respeito e transparência;

Parceria: desenvolver ações e metodologias, visando benefícios mútuos;

Perenidade: buscar um relacionamento de confiança e de longo prazo com seus parceiros, clientes e com as comunidades nos locais onde atua;

Qualidade nos Serviços: atender as expectativas dos parceiros, clientes e sociedade, através de processos e pessoas qualificadas e comprometidas;

Solução: responder de forma ágil e flexível, construindo alternativas às demandas do mercado e da sociedade.



Pacto Global

A Fritz Müller é signatária do Pacto Global desde 24 de março de 2010 e também participa do Movimento Nacional ODS Santa Catarina. O Pacto Global é uma iniciativa desenvolvida pela Organização das Nações Unidas (ONU), com o objetivo de mobilizar a sociedade empresarial internacional para a adoção, em suas práticas de negócios, de valores fundamentais e internacionalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate a corrupção, refletidos em 10 princípios, a saber:

Direitos humanos

- As entidades devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente; e
- Assegurar-se de sua não participação em violações destes direitos.

Trabalho

- As entidades devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;

- A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
- Abolição efetiva do trabalho infantil; e
- Eliminar a discriminação no emprego;

Meio ambiente

- As entidades devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
- Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental; e
- Incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis;

Anticorrupção

- As entidades devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.



O Código de Conduta Ética

A Fritz Müller adota princípios de ética, valores empresariais e direitos humanos, alinhados com os princípios do pacto global da ONU, do qual é signatária. Partindo dessa premissa, o Código de Conduta Ética alinha-se à missão, à visão e aos valores que definem a Fritz Müller e tem como objetivo orientar as ações, relações e decisões de todos para que possam atuar em consonância com os princípios da organização.

A partir da essência do seu negócio são apresentadas aqui as disposições que estão conectadas ao seu compromisso de desenvolver pessoas e organizações, através de princípios éticos, fomentando o pensamento crítico e incentivando ações positivas de respeito e valorização à sociedade e às pessoas.

Este Código deve ser observado e seguido por todos os relacionamentos que envolvem a instituição, incluindo: Conselhos Curador e Fiscal, Diretoria Institucional, colaboradores, estagiários, professores associados e convidados, associados regionais, parceiros, fornecedores, clientes e prestadores de serviços de comercialização e coordenação de programas educacionais. Os preceitos deste Código deverão ser seguidos,

independentemente do local de atuação, para todas as atividades realizadas em nome da Fritz Müller.

O Código de Conduta Ética da Fritz Müller pode ser revisado e atualizado, sempre que for necessário, e encaminhado à aprovação pelo Conselho Curador. A área de Responsabilidade Social da Fritz Müller conduzirá estas revisões junto ao Comitê de Ética.

1.1. _____

Abrangência

Na execução de seus objetivos, a Fritz Müller estabelece relações com as seguintes partes interessadas:

- Colaboradores: funcionários, estagiários, temporários e jovens aprendizes;
- Parceiros: professores, orientadores, monitores, pesquisadores e profissionais que conduzem projetos e ações oferecidos e/ou apoiados pela Fritz Müller;
- Clientes: alunos, incluindo os de projetos sociais, órgãos ou empresas públicas e privadas;
- Prestadores de serviço de comercialização e coordenadores de programas educacionais;
- Instituidores, Conselheiros, Diretores, Instituições públicas ou privadas e a Sociedade em Geral;
- Fornecedores, Agentes de Projetos (apoiadores, patrocinadores, realizadores, voluntários e proponentes) e demais Prestadores de Serviços.



02

Institucional

2.1.

Práticas Fritz Müller

Além de todo o arcabouço legal brasileiro, as práticas que orientam as ações da Fritz Müller são as descritas na sequência.

2.1.1.

Ética e integridade

A ética é o alicerce das condutas, promovendo a transparência, honestidade e confiança nas relações e atividades, assim como a imparcialidade e a justiça devem permear as ações de todos.

2.1.2.

Respeito

As opiniões e escolhas individuais de todos com os quais a Fritz Müller mantém vínculos devem ser respeitadas, não se admitindo o desrespeito a qualquer ser humano.

É dever de todos os *stakeholders*[1] da Fritz Müller respeitarem os direitos humanos, rejeitarem qualquer utilização de mão de obra infantil, trabalho escravo e semelhantes, respeitarem as garantias fundamentais da pessoa humana e o cumprimento de requisitos legais e tributários.

Repudia-se preconceitos e discriminações de qualquer natureza (etnia, nacionalidade, gênero, idade, geração, cor, orientação sexual, estado civil, formação, classe econômica, convicção filosófica ou política, religião, condição física, mental ou psíquica). Condena-se qualquer forma de assédio[2][3] ou violência.

[1] Stakeholder é o que chamamos de parte interessada. Nesse sentido, é qualquer indivíduo, grupo ou organização que tenha interesse em uma empresa, que possa afetar ou ser afetada por sua atividade. Segundo o filósofo Robert Edward, todos os indivíduos sem os quais uma empresa não consegue viver sem são considerados stakeholders. In.: O que significa stakeholder e o seu papel dentro de uma empresa. Instituto Brasileiro de Coaching, 2021. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/o-que-significa-stakeholder-e-o-seu-papel-dentro-de-uma-empresa/>. Acesso em: 18, out. 2021.

[2] Assédio moral: caracterizado por condutas que expõem a pessoa a situações humilhantes e constrangedoras, repetida e sistematicamente.

[3] Assédio sexual: diz respeito a qualquer ato, atitude, pressão sutil ou explícita de natureza sexual ou com essa intenção, que crie pressões e um ambiente de trabalho intimidante, hostil e ofensivo.

2.1.3. _____

Construção de parcerias e perenidade

A construção e o desenvolvimento de parcerias através de ações que visem benefícios mútuos e positivos aos envolvidos, atuando através de relacionamentos de confiança e de longo prazo são essenciais às práticas que norteiam a Fritz Müller.

2.1.4. _____

Qualidade nos serviços e soluções

A qualidade nos serviços e nas soluções entregues em cada processo da Fritz Müller é fundamental como diretriz das ações de seus colaboradores e parceiros. A Fritz Müller busca entregar soluções ágeis, inovadoras e de melhorias aos processos e resultados de seus clientes. É compromisso buscar ao máximo o atendimento das expectativas dos clientes em entregas com elevado senso de comprometimento, responsabilidade e qualidade.



2.2. _____

Imagem institucional

2.2.1. _____

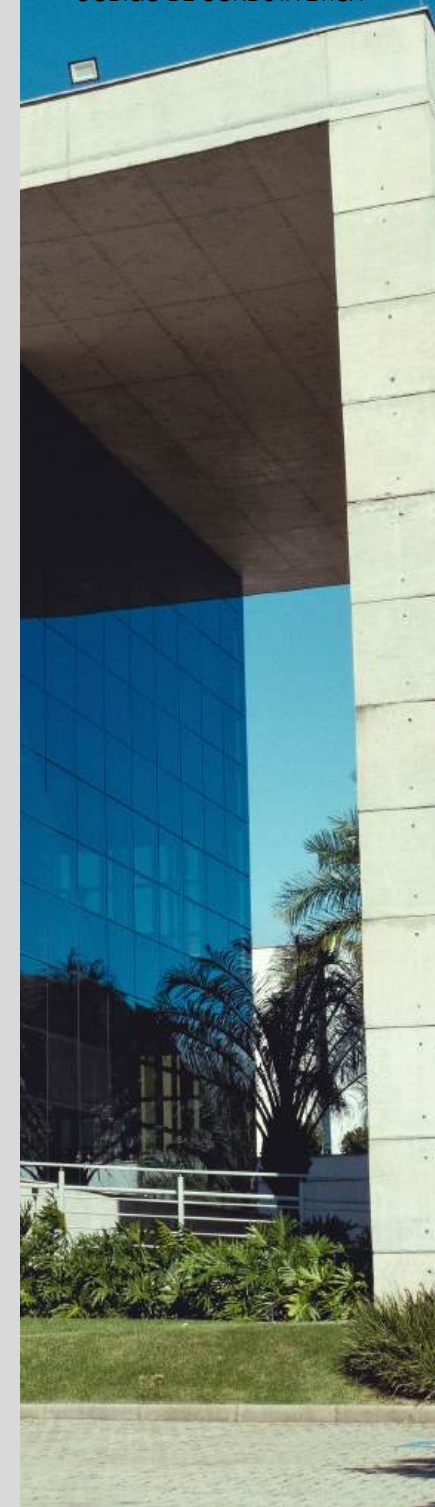
Todos os colaboradores e representantes da Fritz Müller, independente do cargo, são agentes da instituição e responsáveis pela imagem institucional e reputação da Fritz Müller. Devem abster-se de fazer referências públicas desfavoráveis à Fritz Müller, bem como à instituições parceiras ou concorrentes, governos ou pessoas, em nome da Fritz Müller, em ambiente público, privado ou virtual.

2.2.2. _____

Em nome da Fritz Müller, podem se manifestar, em caráter oficial, o presidente do Conselho Curador, a Diretoria Institucional, a Gerência Executiva, ou pessoas por eles autorizadas.

2.2.3. _____

Os colaboradores, professores associados e convidados, têm autonomia para falar de questões relacionadas à sua área de atuação.



2.2.4. _____

Todo material de divulgação deve seguir o Manual de Uso de Marca da Fritz Müller a fim de garantir alinhamento e coerência da identidade visual da instituição.

2.2.5. _____

A Fritz Müller tem compromisso com a transparência. O relacionamento com a imprensa e demais veículos de comunicação é baseado na confiança e no respeito mútuo, regido pela legislação vigente e nos termos de ética de cada profissão.

2.3. _____

Proteção de informações e recursos

2.3.1. _____

Todos os colaboradores têm o dever de proteger os ativos da empresa, como equipamentos, estoques, suprimentos, valores, dados e informações, instalações, direitos autorais, softwares, programas de computador, invenções, obras literárias, marcas ou patentes.

2.3.2. _____

Todos os colaboradores e parceiros da Fritz Müller têm o dever de cumprir com as normativas de proteção de dados pessoais, como a Lei 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD).



2.3.3. _____

É vedada qualquer divulgação de informações e dados sigilosos dos clientes, parceiros, colaboradores e fornecedores da Fritz Müller, não as utilizando para benefício próprio ou de terceiros, independente da vigência do contrato que o parceiro ou colaborador tiver com a Fritz Müller.

2.3.4. _____

Os colaboradores e parceiros representantes da Fritz Müller devem ter especial cuidado com o sigilo envolvendo o conteúdo dos trabalhos, a citação de nomes de entidades ou pessoas, ou informações que possam identificá-las, na presença de terceiros ou em lugares públicos, sob qualquer forma de comunicação.

2.3.5. _____

A Fritz Müller reserva-se ao direito de monitorar o acesso à internet de todos os equipamentos interligados ao seu sistema, assim como equipamentos particulares conectados à rede.

Além disso, reserva-se ao direito de fazer uso de câmeras de monitoramento eletrônico internas, sempre com o objetivo de resguardar a segurança da informação, respeitando as garantias individuais das pessoas, conforme Art. 5º da Constituição Federal de 1988.

2.3.6. _____

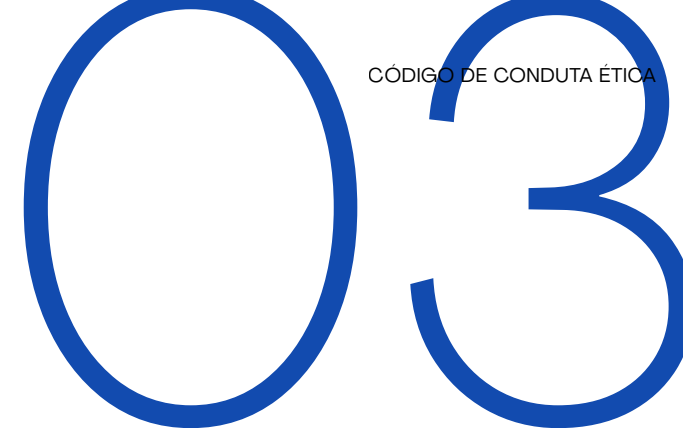
O uso, a guarda, circulação ou distribuição de materiais ilegais, ofensivos ou que façam apologia a condutas proibidas por lei ou pelas normas da Fritz Müller não são permitidos, sob qualquer forma, nas dependências ou em nome da instituição, ou ainda que contenham a marca da Fritz Müller.

2.3.7. _____

Os recursos e equipamentos da Fritz Müller, que compõem o patrimônio interno, de uso de colaboradores, parceiros ou clientes, devem ser adequadamente protegidos contra danos, perda, roubo, duplicação, alteração ou acesso não autorizado, sendo utilizados de forma correta e legal.

2.3.8. _____

Qualquer pessoa, ligada ou não à Fritz Müller, sem autorização da diretoria institucional, não poderá criar blogs, sites ou comunidades em redes de relacionamentos em nome da instituição. Qualquer pessoa que souber de práticas em mídias sociais que possam prejudicar a imagem ou reputação da Fritz Müller deverá comunicar imediatamente o Comitê de Ética para providências. Crimes cibernéticos deverão ser tratados com rigor ético e na forma da lei.



Conduta nas relações humanas

3.1. _____

Diretrizes gerais

3.1.1. _____

As ações da diretoria, gerência, colaboradores, conselheiros, instituidores e de todos os que exercem atividades pela ou em nome da Fritz Müller devem ser sempre norteadas pelos princípios da legalidade, justiça, confiança, honestidade, empatia, integridade, responsabilidade, imparcialidade, respeito mútuo, impessoalidade, moralidade, transparência, probidade, eficiência e o correto alinhamento aos princípios, valores e objetivos refletidos neste Código de Conduta.



3.1.2. _____

Constitui obrigação dos responsáveis por contratações de colaboradores, estagiários, prestadores de serviços, terceiros e prepostos em geral fazer constar dos respectivos contratos a plena ciência e observância do disposto neste Código de Conduta.

3.1.3. _____

A Fritz Müller seguirá as diretrizes e orientações de saúde e segurança do trabalho constantes das Normas Regulamentadoras do Trabalho e Emprego, proporcionando a integridade física e mental de seus parceiros e colaboradores.

3.1.4. _____

As atividades devem ser desenvolvidas de forma isenta, sem fazer uso de posição dentro da instituição para obtenção ou cessão de benefícios ou vantagens para si ou terceiros.

3.1.5. _____

Não é permitido o envolvimento do nome da Fritz Müller em ações de caráter político partidário, religioso ou de política interna de seus parceiros, clientes ou fornecedores.

3.1.6. _____

Todos os colaboradores têm o dever de proteger os ativos da empresa, como equipamentos, estoques, suprimentos, valores, dados e

informações, instalações, direitos autorais, softwares, programas de computador, invenções, obras literárias, marcas ou patentes.

3.1.7. _____

O espírito de equipe é incentivado demonstrando respeito, cordialidade e colaboração entre as pessoas, mantendo o comprometimento na entrega de resultados da Fritz Müller.

3.2. _____

Relação com colaboradores

São considerados colaboradores funcionários, estagiários, temporários e jovens aprendizes.

3.2.1. _____

O comportamento dos colaboradores da Fritz Müller deve pautar-se pelo bom senso, pelos princípios e valores que norteiam a instituição descritos

neste Código de Conduta, com discrição, adequação às situações e ao papel que exercem no ambiente de trabalho, incluindo a forma de se comunicarem. Quando estiver a serviço da Fritz Müller, usando ou não uniforme ou crachá, o colaborador deve zelar pela imagem da instituição em qualquer circunstância ou local.

3.2.2. _____

A Fritz Müller remunera e trata seus colaboradores de maneira justa e não discriminatória. As oportunidades de capacitação interna seguem conforme a Política de Benefícios vigente e promoções seguem de acordo com o Programa de Gestão por Competências, aprovado pelo seu Conselho Curador.

3.2.3. _____

Os colaboradores devem estar atentos ao cumprimento de suas obrigações, respeitando a carga horária, compromissos funcionais e a hierarquia da Fritz Müller. Devem, ainda, buscar informações, participar de atualizações, conhecer e cumprir a legislação, políticas e procedimentos institucionais internos, contribuindo para melhor desempenho na sua área de atuação ou na atividade fim da instituição.



3.2.4. _____

Ouvir e acolher opiniões de caráter construtivo agindo para solucionar conflitos, mantendo uma comunicação assertiva, são ações recomendáveis para um ambiente cooperativo e saudável.

3.2.5. _____

O ambiente de trabalho deve ser mantido livre de situações decorrentes de críticas ou reprodução de boatos que atinjam a reputação dos profissionais da Fritz Müller e de quem com ela tenha vínculos.

3.2.6. _____

Em processo de recrutamento, seleção e promoção realizados pela Fritz Müller, serão consideradas as competências do candidato para as demandas do cargo e da área, respeitando os valores da diversidade.

3.2.7. _____

Os colaboradores podem indicar candidatos para participarem de processos seletivos para compor o quadro de colaboradores da Fritz Müller.

3.2.8. _____

Colaboradores com qualquer vínculo empregatício não podem ter a subordinação direta de parentes até o terceiro grau.

3.2.9. _____

É dever de todos zelar pela observância da conduta ética e informar ao líder imediato ou ao Comitê de Ética qualquer fato que possa ir contra às diretrizes aqui estabelecidas.

3.2.10. _____

Nunca utilizar de títulos, cargos ou atribuições que não estejam de acordo com o contrato de trabalho firmado com a Fritz Müller em eventos, imprensa, mídias sociais ou mesmo com parceiros e clientes.



3.3. _____

Relação com parceiros

São considerados parceiros: professores, orientadores, monitores, pesquisadores e profissionais que conduzem projetos e ações oferecidos e/ou apoiados pela Fritz Müller estendendo-se este entendimento aos eventuais colaboradores do parceiro.

3.3.1. _____

Toda e qualquer atitude que cause prejuízo à imagem dos concorrentes ou parceiros da Fritz Müller deve ser evitada. As informações de mercado e sobre concorrentes devem ser obtidas através de práticas transparentes e idôneas.

3.3.2. _____

A confidencialidade e o sigilo no tratamento de dados e informações devem ser obrigatórios independente da vigência do contrato entre a Fritz Müller e o parceiro.

3.3.3. _____

Deve-se demonstrar respeito aos parceiros, o que inclui não cometer e não aprovar que outros cometam atos de assédio, intimidação, violência física, verbal e/ou escrita ou qualquer tipo de ação preconceituosa ou discriminatória.

3.3.4. _____

Os parceiros devem seguir as regras estabelecidas através de acordo ou contrato firmado com a Fritz Müller, respeitando as determinações entre as partes.

3.3.5. _____

Quando estiverem atuando pela Fritz Müller, os parceiros não devem divulgar e comercializar seus serviços de forma independente, salvo se previamente autorizado pela Gerência da Fritz Müller.

3.3.6. _____

Os parceiros nunca devem utilizar de títulos, cargos ou atribuições que não sejam contratadas com a Fritz Müller em eventos, imprensa, mídias sociais ou mesmo com clientes.

3.4. _____

Relação com clientes

São considerados clientes: alunos, incluindo os de projetos sociais, órgãos ou empresas públicas e privadas.

3.4.1. _____

Os valores e princípios norteadores da Fritz Müller devem ser seguidos e comunicados com clareza nas relações com os clientes.

3.4.2. _____

Deve-se demonstrar respeito aos clientes, o que inclui não cometer e não aprovar que outros cometam, no âmbito de atividade de responsabilidade da Fritz Müller, atos de assédio, intimidação, violência física, verbal e/ou escrita ou qualquer tipo de ação preconceituosa ou discriminatória.

3.4.3. _____

Todos os projetos, eventos, trabalhos e soluções gerados a terceiros devem ter seus riscos e objetivos avaliados em seu impacto, mantendo sempre ética e a essência da Fritz Müller e parceiros.

3.4.4. _____

Deve-se garantir padrões de confidencialidade às soluções, contratações e negociações desenvolvidas a cada projeto e cliente, protegendo-os de vazamentos indevidos.



3.5. _____

Relação com prestadores de serviço de comercialização e coordenação de programas educacionais, seus empregados e prepostos

3.5.1. _____

O comportamento dos prestadores de serviço e coordenadores de programas da Fritz Müller deve pautar-se pelo bom senso, pelos princípios e valores que norteiam a instituição descritos neste Código de Conduta, com discrição, adequação às situações e ao papel que exercem, incluindo a forma de se comunicarem. Devem, ainda, zelar pela imagem da instituição que representam em qualquer circunstância ou local.

3.5.2. _____

As cláusulas contratuais estabelecidas e firmadas entre as partes devem ser seguidas visando garantir os processos acordados de forma ética e transparente.

3.5.3. _____

A clareza e a transparência nas negociações devem ser praticadas, evitando práticas comerciais que possam gerar dúvidas em relação a conduta da instituição.

3.5.4. _____

Qualquer ação em nome da Fritz Müller, que venha a apresentar conflito de interesse com a instituição, deve ser evitada.

3.5.5. _____

Não fazer uso de títulos, cargos ou atribuições que não sejam contratadas com a Fritz Müller em eventos, imprensa, mídias sociais ou mesmo com clientes, estendendo-se esta diretriz aos eventuais colaboradores do Prestador de Serviços.

3.5.6. _____

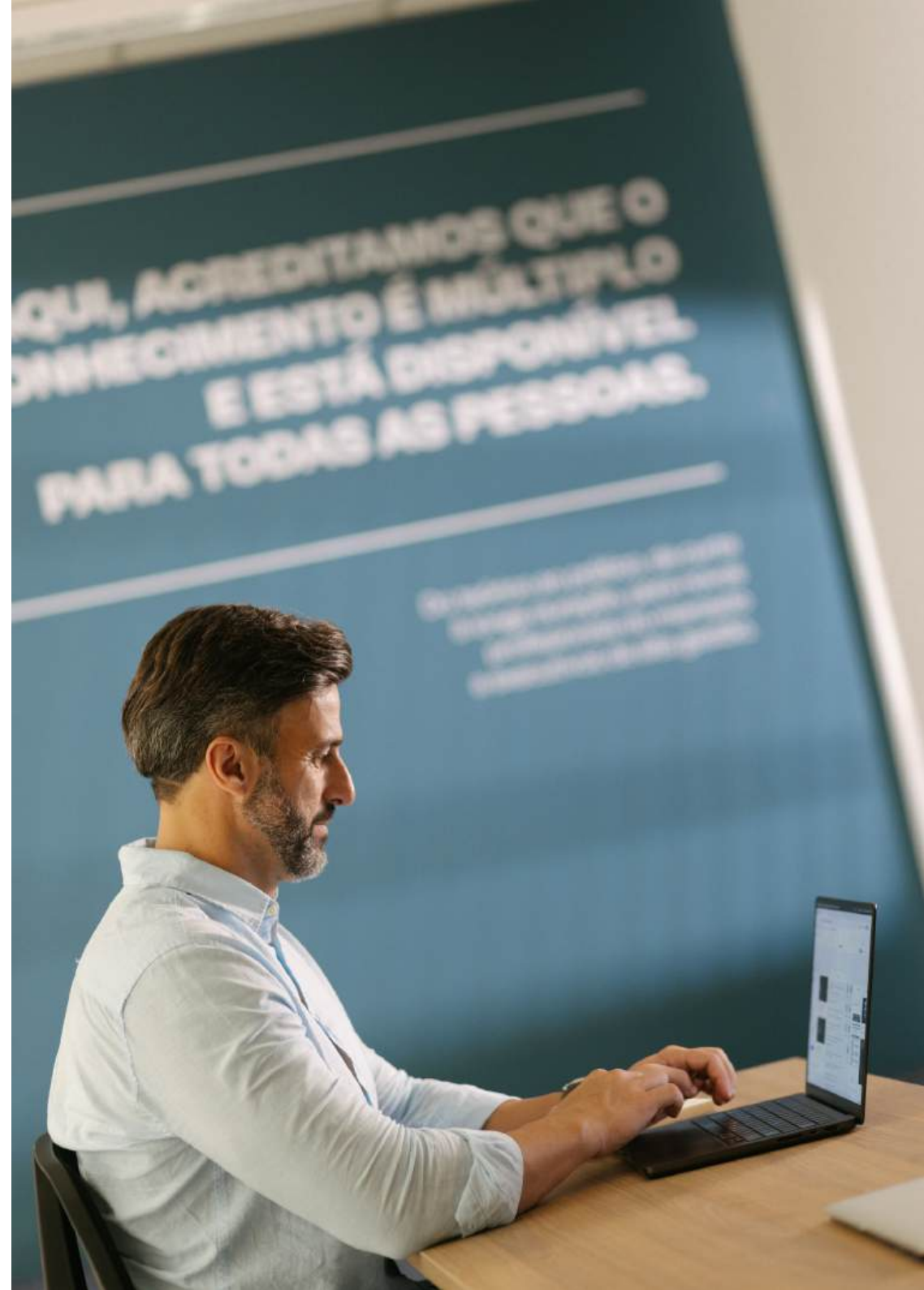
As regras contábeis e fiscais estabelecidas nas leis e regulamentos aplicáveis devem ser cumpridas. A atuação deve ser em conformidade com as exigências legais, trabalhistas, ambientais, sanitárias e de segurança do trabalho.

3.5.7. _____

A imagem institucional da Fritz Müller somente poderá ser utilizada pelos Prestadores de Serviço de Comercialização e Coordenação de Programas Educacionais com a autorização expressada Diretoria Institucional ou pessoa por ela autorizada.

3.5.8. _____

Permitir somente a participação de pessoas autorizadas pela Fritz Müller e parceiros nos Programas Educacionais.



3.6.

Relação com instituidores, conselheiros, diretores, instituições públicas ou privadas e a sociedade em geral

3.6.1.

Os valores e princípios norteadores da Fritz Müller devem ser seguidos e comunicados com clareza nas relações com os Instituidores, Conselheiros, Diretores e a Sociedade em Geral.

3.6.2.

Deve-se demonstrar respeito aos Instituidores, Conselheiros, Diretores e a Sociedade em Geral, o que inclui não cometer e não aprovar que outros cometam, no âmbito de atividade de responsabilidade da Fritz Müller, atos de assédio, intimidação, violência física, verbal e/ou escrita ou qualquer tipo de ação preconceituosa ou discriminatória.

3.6.3.

Os Diretores e Conselheiros da Fritz Müller, especialmente pela dedicação do seu tempo, de sua presença, responsabilidade, pela sua experiência e, sobretudo, pelo seu exemplo, têm o dever de contribuir para que, nas atividades relacionadas com a instituição, este Código de Conduta seja integralmente cumprido, devendo:

3.6.3.1.

Divulgar aos colaboradores o seu conteúdo, orientar e responder as dúvidas evitando que seja cometida violação por falta de informações;

3.6.3.2.

Tratar as situações de violações do presente Código observando a filosofia empresarial e preservando os negócios da Instituição;

3.6.3.3.

Encaminhar ao Comitê de Ética, nos termos previstos neste Código, as infrações de que tomarem conhecimento.

3.7.

Relação com fornecedores, agentes de projetos e demais prestadores de serviços

São considerados Agentes de Projetos os voluntários, pesquisadores, proponentes, patrocinadores, apoiadores e realizadores.

3.7.1.

As relações com fornecedores e prestadores de serviços são pautadas por padrões éticos de negociação, respeito mútuo, honestidade, transparência e princípios da livre concorrência, em conformidade com as leis e com este Código de Conduta.

3.7.2.

A Fritz Müller não tolera quaisquer tipos de corrupção, tais como: atos de pagamento de propinas, subornos, oferecimento ou recebimento de vantagens indevidas. É vedada toda e qualquer prática que possa ser identificada como ato de corrupção contra a administração pública, nacional ou estrangeira, ou mesmo contra entidades privadas.

3.7.3.

Os acordos e contratos estabelecidos e firmados entre as partes devem ser seguidos visando garantir as condições acordadas.

3.7.4.

A confidencialidade e o sigilo no tratamento de dados e informações devem ser obrigatórios independente da vigência do contrato entre a Fritz Müller e o fornecedor.

3.8.

Orientação sobre o recebimento de vantagens e brindes

As orientações que devem nortear as ações dos colaboradores, parceiros e prestadores de serviço de comercialização e coordenação de programas educacionais consistem de:

3.8.1.

Não é permitida a utilização dos cargos e funções de trabalho para obtenção de benefícios ou vantagens pessoais.

3.8.2.

É expressamente vedado ao colaborador e a parceiros representando a Fritz Müller efetuar qualquer pagamento impróprio, duvidoso ou ilegal, ou favorecer partes relacionadas, seja diretamente ou por meio de terceiros.

3.8.3.

Em situações que envolvam a concessão de brindes para clientes, parceiros e demais públicos, os colaboradores representando a Fritz Müller devem utilizar aqueles que fazem parte do portfólio institucional. Necessidades específicas devem ser encaminhadas ao responsável pela área de Marketing e Comunicação Corporativa ou para a Gerência Executiva.

3.8.4.

Quaisquer brindes ou presentes recebidos pelos colaboradores, conselheiros ou diretores devem ser informados ao superior imediato para encaminhamento ao Comitê de Ética para deliberação.

3.8.4.1.

O brinde ou presente só pode ser aceito se possuir características institucionais ou não ferir a idoneidade das relações comerciais, isto é, deve preencher pelo menos um dos itens a seguir: 1) possuir a marca do doador no presente; 2) ter sido distribuído para o público, clientes ou outros prestadores de serviço do doador; 3) ser compatível com brindes, presentes regularmente distribuídos por empresa, entidades ou profissionais autônomos.

3.8.4.2.

É vedado ao colaborador receber presentes, pagamentos ou vantagens, na empresa, em sua residência, ou qualquer outro local, em seu nome ou no de sua família, que caracterizem comprometimento da relação comercial ou negociação e em desacordo com o estabelecido neste Código de Conduta.

3.8.5.

Quaisquer outros brindes, benefícios ou premiações que não se enquadrem nas características referidas, devem ser comunicados ao Comitê de Ética, que irá deliberar sobre a destinação apropriada do bem recebido.

3.8.5.1.

O Comitê de Ética deliberará sobre a destinação apropriada do bem recebido, podendo ser: 1) incorporar ao patrimônio da Fritz Müller; 2) devolver ao doador, com justificativa; 3) doar a uma instituição filantrópica; ou 4) manter com o colaborador.



3.8.6.

Brindes ou presentes direcionados à Fritz Müller, enquanto organização, devem ser encaminhados a Diretoria institucional que definirá sua destinação.

04

Relações sustentáveis Com a comunidade e o meio ambiente

4.1. _____

O compromisso com o desenvolvimento da sociedade, a valorização das pessoas e o respeito às instituições governamentais e não governamentais orientam as relações da Fritz Müller com as comunidades onde está presente.

4.2. _____

A Fritz Müller preza por práticas sustentáveis entre seus colaboradores e parceiros, incentivando ações internas e externas que visam o desenvolvimento sustentável e o alcance de resultados efetivos para o bem comum.

4.3. _____

Os recursos materiais de consumo e de escritório, bem como todos os demais insumos necessários ao funcionamento da instituição, devem ser usados com consciência e agindo de acordo com a responsabilidade socioambiental.

4.4. _____

Doações, patrocínios e outras formas de apoio ao desenvolvimento das pessoas e comunidades devem ser praticadas conforme plano de investimento da Fritz Müller aprovado em Conselho Curador e orientação da Diretoria Institucional.

4.5 _____

A Fritz Müller é contrária a quaisquer atos de corrupção, seja em suas práticas internas ou contra a administração pública ou privada, nacional ou estrangeira. Todas as suas políticas, treinamentos e práticas dirigem-se no sentido de coibir e prevenir tais comportamentos.



4.6.

A Fritz Müller não participa de movimentos políticos, opta pela neutralidade no que diz respeito a partidos e candidatos políticos, e não desenvolve soluções educacionais para candidatos em disputas eleitorais por cargos públicos.

4.6.1.

A atuação da Fritz Müller pode acontecer no âmbito da prestação de serviços na área educacional junto à administração pública em todos os níveis com o objetivo de aprimorar e profissionalizar o setor e, ainda, capacitar e desenvolver gestores públicos.

4.7.

A Fritz Müller se compromete a, anualmente, divulgar em seu portal o Relatório Social do exercício para conhecimento da comunidade.



05

Comitê de Ética

5.1.

O Comitê de Ética é a instância responsável pela análise e julgamento de casos de violação do Código de Conduta Ética da Fritz Müller.

5.2.

O Comitê de Ética reporta-se ao Diretor Presidente da Fritz Müller, mantendo independência em relação às demais unidades, setores ou instâncias da instituição.

5.3.

Quando se tratar de investigação envolvendo membro da Diretoria Institucional do Conselho Curador ou do Conselho Fiscal, o Comitê reportar-se-á ao Conselho Curador da Fritz Müller.

5.4.

As ações do Comitê de Ética pautam-se pelos princípios e valores éticos estabelecidos neste Código de Conduta com observância dos princípios da legalidade, motivação, razoabilidade, moralidade e proporcionalidade, garantindo aos envolvidos o direito de defesa, e as ações seguirão conforme diretrizes legais aplicadas a cada caso.

5.5.

O Comitê de Ética tem autonomia para instaurar procedimento de investigação, mediante denúncia formal, para apurar a veracidade dos fatos, limitando-se a emitir parecer no sentido de declarar se houve ou não violação dos princípios éticos estabelecidos no Código de Conduta.

5.6.

O Comitê é formado por 5 membros efetivos, sendo:

- O representante pela área de Responsabilidade Social da Fritz Müller, como membro nato, que coordenará o Comitê;
- Três colaboradores, representando áreas distintas da instituição; escolhidos em reunião entre os coordenadores de área, e preferencialmente com 18 meses de experiência na Fritz Müller;
- um integrante indicado pelo Conselho Curador, podendo ou não ser um conselheiro.

Parágrafo único: nas faltas e impedimentos do Coordenador, o Comitê poderá designar coordenador *ad hoc* dentre os membros do Comitê.

5.7.

A composição do Comitê de Ética deve ser amplamente divulgada na instituição.

5.8.

O detalhamento de funções, o funcionamento, o recebimento e processamento de denúncias estão previstos no regimento interno do Comitê de Ética.

5.9.

A ouvidoria é o canal que deve ser utilizado por todos os colaboradores e demais públicos, internos e externos, que queiram registrar reclamações, denúncias, dúvidas ou sugestões relacionadas à ética, à fraude ou a qualquer forma de desvio de conduta envolvendo a Fritz Müller.

5.9.1.

A denúncia pode ser feita de forma anônima porém, caso queira uma resposta sobre a conclusão do processo, é necessário que preencha seus dados para contato. Sua identidade, no entanto, é totalmente preservada, ou seja, o que é analisado é a questão apresentada e não a pessoa que a apresenta.

5.9.2. _____

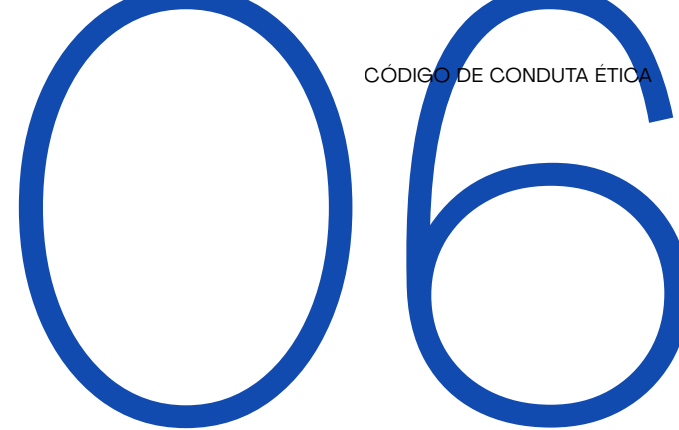
O direito ao anonimato, no entanto, não deve ser motivo para a apresentação de denúncias falsas, cujo propósito maior não seja a legítima preservação da ética. Isso desviaria a atenção do Comitê de Ética das questões que são verdadeiramente importantes, caracterizando-se como mau uso desse canal.

5.10. _____

O Comitê de Ética da Fritz Müller, responsável pelo processamento de denúncias, preservará o anonimato daqueles que relatarem e/ou participarem da investigação sobre a violação do Código, de modo a evitar retaliações ou punições aos mesmos.

5.11. _____

Todas as denúncias serão investigadas atendidos os dispositivos deste Código, com observância dos princípios da legalidade, motivação, razoabilidade, proporcionalidade e moralidade, garantindo aos envolvidos o direito de defesa, e as ações seguirão conforme diretrizes legais aplicadas a cada caso.



Disposições finais

6.1. _____

É fundamental o cumprimento da legislação em vigor, convenções coletivas, normas internas, acordos e contratos.

6.2. _____

Os direitos e obrigações previstos no Código de Conduta Ética são uma extensão dos agentes na sua relação com a Fritz Müller e como tal devem ser observados e respeitados. É dever de todos os colaboradores e parceiros, ao iniciarem a relação com a Fritz Müller, terem conhecimento do Código e assinarem o termo de compromisso com a instituição.

Termo de compromisso com o Código de Conduta Ética

Eu, _____ (nome completo), portador do CPF ou CNPJ sob o nº _____, possuindo relacionamento com a instituição através de _____ declaro para os devidos fins que:

Recebi e estou ciente do Código de Conduta Ética da Fundação Fritz Müller, compreendendo seus princípios, diretrizes de conduta e normas aplicáveis. Comprometo-me a:

- Respeitar a confidencialidade das informações da Fundação Fritz Müller e de seus públicos de relacionamento, não as utilizando para benefício próprio ou de terceiros, mesmo após o término do vínculo;
- Utilizar de forma responsável os recursos, equipamentos e sistemas disponibilizados, exclusivamente para finalidades adequadas e autorizadas;
- Zelar pelo patrimônio da instituição, evitando desperdícios e garantindo o uso adequado dos materiais e equipamentos;
- Cumprir as normas institucionais, incluindo aquelas relacionadas à segurança, conduta em ambientes de trabalho e uso de recursos;
- Não realizar ou permitir práticas inadequadas, ilegais ou que possam comprometer a integridade da instituição;
- Autorizar o uso de imagem e citações para fins institucionais, desde que não haja prejuízo pessoal.

Declaro estar ciente de que o descumprimento das diretrizes estabelecidas poderá resultar na aplicação das medidas cabíveis, conforme a natureza do vínculo com a Fundação Fritz Müller.

Manifesto, por fim, minha concordância com os termos apresentados e assumo o compromisso de respeitá-los em minha relação com a instituição.

Em caso de dúvidas, conflitos ou situações não previstas, comprometo-me a buscar orientação junto à Fundação Fritz Müller.

Data: _____

Nome: _____

Assinatura: _____

comitedeetica@fundacaofritzmuller.com.br



www.fundacaofritzmuller.com.br

  /fundacaofritzmuller

 47 3057-8001

SEDE

Rua Iguazu, 151 - Itoupava Seca
Blumenau - SC - CEP 89030-030

Entre em contato conosco

Conselho Curador: Marcel Hugo (Presidente)

Diretor Presidente: Everaldo Artur Grahl

Diretor de Operações: Carlos Xavier Schramm

Comitê de Ética Gestão 2025

comitedeetica@fundacaofritzmuller.com.br

5ª EDIÇÃO - Revisada e aprovada em 09/09/2025