Sieben Con

Planejando seu bem.

# Manual de Cultura

Pessoas, princípios e processos para construir o futuro.

Confiança. Disciplina. Constância.

MISSÃO / VISÃO / VALORES / COMPORTAMENTO

Versão 1.1 • 27 de outubro de 2026 • Uso interno

Conteúdo consolidado para revisão da direção.

01 / NOSSA IDENTIDADE

# O que queremos construir

Uma cultura que orienta a maneira de atender, decidir, trabalhar e crescer.

## Planejar a vida. Construir possibilidades. Prosperar com responsabilidade.

A SiebenCon nasce da intenção de ampliar o acesso ao crédito por meio do consórcio, conectando planejamento de vida, aquisição de bens e construção patrimonial. Queremos ajudar cada cliente a compreender suas possibilidades e tomar decisões conscientes.

O projeto reúne o relacionamento construído pela Sieben Tour, as oportunidades de conexão com o TMJ by Tinga e uma proposta de formação comercial. Essas relações exigem cuidado: confiança recebida deve se transformar em atendimento competente, respeitoso e consistente.

### A inspiração que levamos para o trabalho

A trajetória de Tinga no futebol é uma referência solicitada para esta construção cultural. Neste manual, essa inspiração se traduz em preparo, disciplina, constância, respeito e compromisso coletivo. Estes são princípios da proposta SiebenCon; não são citações ou declarações atribuídas a ele.

### Nosso manifesto

Acreditamos em sonhos acompanhados de planejamento. Em conhecimento que amplia escolhas. Em equipes que treinam, cumprem acordos e evoluem juntas. Queremos crescer com mérito, servir com clareza e cuidar de cada relação com a mesma responsabilidade com que cuidamos do nosso nome.

02 / DIREÇÃO

# Missão e visão

Redações consolidadas nesta edição a partir dos objetivos já discutidos no projeto.

Missão

## Ampliar o acesso ao crédito por meio do consórcio, orientando pessoas e empresas a planejar conquistas e construir patrimônio com clareza, confiança e responsabilidade.

Na prática: compreender a necessidade, explicar o funcionamento do produto, avaliar a adequação da proposta e acompanhar o cliente nas etapas sob responsabilidade da SiebenCon.

Visão

## Ser reconhecida pela confiança, pela excelência no atendimento e pela formação de pessoas, tornando-se referência em consórcio aplicado ao planejamento de vida e à construção patrimonial.

Crescer significa desenvolver uma operação capaz de manter o mesmo padrão de orientação, organização e relacionamento conforme a equipe e a carteira aumentam. Metas e prazos de expansão devem ser definidos em planejamento próprio.

### Como essas escolhas orientam decisões

• Produto: apresentar alternativas adequadas ao objetivo e à capacidade do cliente.

• Pessoas: formar profissionais que dominem o produto e respeitem o cliente.

• Processos: manter rastreabilidade, continuidade e qualidade de atendimento.

03 / VALORES • PARTE I

# Os pilares do nosso jeito

Valores precisam aparecer em atitudes observáveis, especialmente sob pressão.

## 1. Confiança

Construímos credibilidade pelo que explicamos, combinamos e entregamos. Cumprimos compromissos e comunicamos limites com honestidade.

• Esperamos: informações verificadas, registro dos acordos e retorno no prazo combinado.

• É incompatível: omitir condições relevantes, inventar respostas ou esconder um erro.

## 2. Disciplina

Preparo e execução consistente sustentam o resultado. Respeitamos a rotina, estudamos os produtos e cuidamos dos detalhes.

• Esperamos: pontualidade, CRM atualizado, agenda organizada e preparação para reuniões.

• É incompatível: improvisar condições comerciais ou abandonar etapas necessárias para acelerar uma venda.

## 3. Constância

Mantemos qualidade e acompanhamento ao longo do tempo. A equipe deve poder contar com nosso padrão também nos dias difíceis.

• Esperamos: cumprir cadências de contato, acompanhar pendências e sustentar o aprendizado.

• É incompatível: atender apenas perto da meta ou desaparecer após a contratação.

03 / VALORES • PARTE II

# Crescer com responsabilidade

Os três pilares expressos anteriormente são complementados pelas diretrizes abaixo nesta consolidação.

## 4. Integridade e responsabilidade

Fazemos escolhas que preservam o cliente, a empresa e suas relações. Explicamos custos, condições e incertezas sem criar expectativas indevidas.

• Na prática: conferir o que será prometido, reconhecer limites e encaminhar dúvidas antes de concluir a orientação.

## 5. Respeito e espírito de equipe

Tratamos clientes e colegas com dignidade. Compartilhamos conhecimento, reconhecemos contribuições e resolvemos divergências de forma profissional.

• Na prática: transferir atendimentos com contexto e apoiar o colega sem disputar ou reter informações.

## 6. Excelência e aprendizado

Buscamos domínio técnico, clareza e melhoria contínua. Usamos os erros como ponto de partida para corrigir o processo e desenvolver competência.

• Na prática: estudar produtos, participar dos treinamentos e aplicar os aprendizados no atendimento.

## 7. Prosperidade com propósito

Queremos resultados sustentáveis para clientes, profissionais e empresa. A ideia de “fazer o bem”, já levantada no projeto, ganha expressão em orientação responsável, respeito e geração de valor.

• Na prática: avaliar qualidade, continuidade e satisfação junto com o volume comercial.

04 / MODELO COMPORTAMENTAL

# Como agimos na SiebenCon

Padrões propostos para transformar os valores em uma experiência consistente.

## Assumir responsabilidade

Cada demanda precisa de um responsável e de um próximo passo. Quem identifica um problema comunica os fatos, propõe um encaminhamento e acompanha a solução. Impedimentos devem ser sinalizados antes do vencimento do compromisso.

## Comunicar com clareza

Confirmamos o que entendemos, usamos linguagem acessível e registramos decisões importantes. Divergências são tratadas diretamente com quem pode resolvê-las. Informações incompletas não devem circular como certezas.

## Colaborar com respeito

O relacionamento com o cliente pertence à operação e deve ter continuidade. Compartilhamos o contexto necessário, respeitamos a distribuição de oportunidades e conduzimos diferenças sem exposição, humilhação ou ataques pessoais.

## Cuidar do ambiente e da presença

Mantemos mesas, materiais e salas de reunião organizados. Telas e documentos de clientes ficam protegidos. Recebemos cada pessoa com atenção, discrição e postura compatível com um ambiente profissional.

## Usar quatro perguntas antes de decidir

- A informação está correta e é compreensível?
- A escolha respeita o objetivo e a realidade do cliente?
- Existe responsável, registro e próximo passo?
- Conseguimos sustentar essa conduta perante a equipe e a direção?

05 / CLIENTE E COMERCIAL

# Orientar para gerar confiança

A experiência começa no primeiro contato e continua depois da contratação.

## Entender antes de propor

Investigar objetivo, prazo desejado, capacidade de pagamento e conhecimento sobre consórcio. Explicar o papel da SiebenCon e da administradora. Apresentar uma proposta somente com informações suficientes para orientar a escolha.

## Explicar de forma completa

Usar materiais e condições vigentes da administradora. Tornar claros crédito, prazo, composição da parcela, taxas, eventuais reajustes, regras de lance e contemplação e demais condições aplicáveis. Confirmar o entendimento e encaminhar dúvidas técnicas ao responsável.

## Padrões internos de comunicação comercial

- Não prometer data de contemplação, aprovação ou liberação sem fundamento e confirmação aplicável ao caso.
- Não apresentar consórcio como retorno financeiro garantido ou disponibilidade imediata de recursos.
- Não esconder custos ou tratar parcela reduzida como se fosse o valor definitivo de todo o contrato.
- Não usar a imagem de Tinga como garantia de resultado, condição contratual ou privilégio de atendimento.

## Acompanhar com respeito

Registrar contatos, respeitar a preferência de comunicação e encerrar insistências quando solicitado. Após a contratação, orientar sobre os canais e as próximas etapas, sem prometer decisões que competem à administradora.

06 / PESSOAS E LIDERANÇA

# Formar pessoas para crescer

Diretrizes de desenvolvimento propostas para a Academia SiebenCon e para a rotina da gestão.

## O que buscamos nas pessoas

Integridade, capacidade de aprender, responsabilidade com acordos, comunicação clara e disposição para colaborar. O domínio técnico deve ser desenvolvido e verificado antes que o profissional atue com autonomia.

## Academia SiebenCon

• Cultura e mentalidade: propósito, valores, comportamento e responsabilidade.

• Sistema e dinheiro: origem do consórcio, funcionamento e papel das administradoras.

• Engenharia do crédito: composição de produtos, custos, regras e leitura de propostas.

• Planejamento de vida: diagnóstico do cliente e relação entre objetivo, prazo e capacidade.

• Execução comercial: CRM, atendimento consultivo, acompanhamento e pós-venda.

A preparação PCA 10, já prevista no projeto, deve integrar o plano de capacitação conforme o escopo definido pela gestão.

## O compromisso de quem lidera

Dar exemplo, definir prioridades, disponibilizar recursos e orientar com respeito. A liderança acompanha volume e qualidade, reconhece boas práticas e corrige desvios em particular, com fatos, expectativa clara e prazo de acompanhamento.

## Reconhecimento e desenvolvimento

Avaliar resultado comercial junto com qualidade do atendimento, organização, aprendizagem e colaboração. Critérios de remuneração e comissionamento devem constar de documento próprio, comunicado antes da aplicação.

07 / PROCESSOS

# Organização que sustenta a cultura

Modelo de responsabilidades a ajustar ao organograma e às pessoas designadas.

## Responsabilidades essenciais

• Atendimento: receber, identificar a necessidade, registrar e encaminhar com contexto.

• Comercial: diagnosticar, propor, acompanhar e formalizar as condições apresentadas.

• Administrativo: conferir documentos e acompanhar pendências e etapas de integração.

• Financeiro: conferir recebimentos, pagamentos e comissões segundo regras formalizadas.

• Marketing: produzir comunicação coerente, qualificar campanhas e registrar a origem das oportunidades.

• Gestão: priorizar, desenvolver pessoas, acompanhar indicadores e resolver exceções.

## O registro mínimo de cada oportunidade

Origem, responsável, objetivo do cliente, etapa atual, histórico relevante, proposta apresentada, pendências e próximo contato com data. A ferramenta de CRM deve permitir continuidade do atendimento e acompanhamento pela gestão.

## Transferências e exceções

Nenhuma passagem de etapa deve depender apenas de conversa informal. O responsável de origem registra o contexto e confirma o recebimento. Condições fora do padrão exigem consulta à alçada designada pela direção; não devem ser prometidas antes disso.

## Resolver e aprender

Quando houver falha: conter o impacto, informar o responsável, corrigir, registrar a causa e ajustar a rotina. Demandas fora da autonomia da equipe devem ser encaminhadas à gestão com fatos e histórico.

08 / REPUTAÇÃO E RELAÇÕES

# Proteger a confiança recebida

Diretriz permanente do projeto: preservar a imagem pública e os interesses de Tinga e da família.

## Marca, nome e imagem

O uso de nome, imagem, depoimentos e referências pessoais de Tinga e familiares deve seguir as autorizações e os materiais aprovados. Uma relação comercial não autoriza divulgar informações privadas, sugerir endosso ou assumir compromissos em nome deles.

## Comunicação institucional

Campanhas, entrevistas e conteúdos que envolvam Tinga ou família devem passar pelo responsável indicado pela direção. Evitar comparações ofensivas, provocações, promessas exageradas e associação da empresa a controvérsias pessoais.

## Relacionamentos de origem

As oportunidades relacionadas à Sieben Tour e ao TMJ by Tinga devem receber abordagem contextualizada, respeitando os usos autorizados dos contatos e as preferências de cada pessoa. Não pressupor autorização irrestrita para utilizar ou repassar bases.

## Discrição e proteção de informações

Acessar e compartilhar apenas o necessário à função. Não expor documentos, conversas, condições individuais ou dados de clientes em redes sociais, grupos ou materiais públicos. Usar os canais definidos pela empresa e encaminhar incidentes à gestão.

## Diante de reclamação ou exposição pública

Acolher sem discutir, preservar o registro, informar a gestão e encaminhar uma resposta baseada em fatos. Não publicar respostas em nome de Tinga ou da família nem usar contatos pessoais para tentar resolver questões institucionais.

09 / ROTINA E INDICADORES

# A cultura precisa de prática

Cadências sugeridas nesta edição; frequência e responsáveis serão definidos pela gestão.

## Rotinas propostas

- Diária: alinhar prioridades, compromissos com clientes e impedimentos; revisar os próximos passos no CRM.
- Semanal: revisar funil, qualidade das propostas, pendências e casos que gerem aprendizado; realizar treinamento curto.
- Mensal: avaliar resultados, experiência do cliente e desenvolvimento da equipe; escolher uma melhoria de processo.
- Periódica: revisar aderência aos valores, atualizações de produtos e necessidades de capacitação.

## O que acompanhar

- Execução: retornos no prazo combinado e oportunidades com próximo passo registrado.
- Resultado: conversão por etapa, origem das vendas e volume de crédito contratado.
- Qualidade: cancelamentos, motivos de perda, reclamações e correções por falha de orientação.
- Pessoas: participação em formação, domínio técnico e aplicação dos combinados de desenvolvimento.

## Como usar os números

Definir fórmula, fonte, período e responsável por cada indicador. Analisar metas com contexto e comparar períodos equivalentes. Um número só gera melhoria quando leva a uma ação com responsável e prazo; resultados isolados não justificam condutas incompatíveis com os valores.

10 / INTEGRAÇÃO E CONTINUIDADE

# O compromisso começa aqui

Guia de adoção e registro do alcance desta versão.

## Primeiros 30 dias: roteiro sugerido

• Semana 1: conhecer missão, visão e valores; entender funções, canais e critérios de encaminhamento.

• Semana 2: estudar produtos, acompanhar atendimentos e praticar registros no CRM.

• Semana 3: realizar atendimentos supervisionados e receber retorno sobre clareza e domínio técnico.

• Semana 4: revisar aprendizados e definir a autonomia de atuação e o plano de desenvolvimento.

## Compromisso de cultura

“Comprometo-me a agir com confiança, disciplina e constância; a orientar com clareza; a respeitar clientes e colegas; e a cuidar das relações e da reputação que sustentam a SiebenCon.”

## O que esta versão consolida

Base disponível: pedidos de cultura, missão, visão, valores e modelo comportamental; confiança, disciplina e constância; inspiração na trajetória de Tinga; planejamento de vida pelo consórcio; Academia SiebenCon; conexões Sieben Tour e TMJ; preservação da imagem e dos interesses de Tinga e família.

Formulações desta edição: redação da missão e da visão, organização dos sete valores, padrões de conduta, rotinas, indicadores e integração. São propostas de consolidação; não representam transcrição integral nem aprovação formal de versões anteriores.

Adoção: a direção deverá validar esta redação e designar responsáveis, alçadas e metas. Revisões devem registrar data, versão e alterações. Identidade aplicada conforme o Manual de Identidade Visual Siebencon, v4.1, de 19/10/2026: marca oficial, turquesa, cinza, branco e grafite; Montserrat e Open Sans. Nenhum arquétipo animal foi adotado como símbolo institucional.

Versão 1.1 • 27/10/2026 • Documento interno para revisão da direção.

Sieben:con

11 / ARQUITETURA CULTURAL

# O Bem como identidade

Integração entre o posicionamento institucional, os paineis de cultura e o Manual de Cultura V1.1.

## TER BEM

**Conquistas, patrimonio e sonhos.**

O proposito comercial de orientar escolhas e construir patrimonio.

## ESTAR BEM

**Pessoas, cuidado e relacionamentos.**

A valorizacao da equipe, a lideranca respeitosa e o atendimento ao cliente.

## FAZER BEM

**Responsabilidade, atitude e impacto.**

Disciplina, integridade, qualidade da orientacao e melhoria constante.

## Quatro mensagens de comunicacao visual

Pessoas em primeiro lugar | Foco em resultados | Etica em tudo que fazemos | Evolucao constante.

12 / APLICACOES DE AMBIENTACAO

# Confianca, disciplina e constancia

Tres quadros que traduzem os principios prioritarios do manual em mensagens curtas e memoraveis.




MENSAGEM APLICADA

**Confianca: Nossa palavra tem valor.**
**Disciplina: Preparo que vira acao.**
**Constancia: Todos os dias, um passo alem.**

Imagem de estudo de ambientacao; validar medidas, materiais e aplicacao real antes de produzir.

13 / APLICACOES DE AMBIENTACAO

# Coragem para comecar

Aplicacao de lettering institucional para reforcar atitude e disciplina em um ambiente de trabalho.




MENSAGEM APLICADA

**Coragem para comecar.**
**Disciplina para continuar.**
**Confianca. Disciplina. Constancia.**

Imagem de estudo de ambientacao; validar medidas, materiais e aplicacao real antes de produzir.

14 / APLICACOES DE AMBIENTACAO

# Compromisso de todos

Aplicacao em parede grafite para lembrar que a entrega individual sustenta o resultado coletivo.




MENSAGEM APLICADA

## O resultado de cada um ganha forca no compromisso de todos.

Imagem de estudo de ambientacao; validar medidas, materiais e aplicacao real antes de produzir.

15 / INTEGRACAO E GOVERNANCA

# Da mensagem ao comportamento

Diretriz editorial de alinhamento entre os paineis, a Cultura do Bem e o Manual de Cultura V1.1.

## Identidade e proposito

A expressao "Planejando seu bem." conecta o patrimonio do cliente, o cuidado com a equipe e a responsabilidade da empresa.

## Mensagens visuais

Os quatro principios do painel Nossa Cultura sintetizam valores operacionais que permanecem detalhados nas paginas 4 e 5.

## Disciplina e constancia

Os paineis reforcam compromisso e preparacao; a aplicacao pratica aparece nas rotinas, nos registros e nos indicadores das paginas 6, 9 e 11.

## Pessoas e lideranca

A inspiracao de vestir a camisa do proprio sonho pode orientar o desenvolvimento individual, preservando expectativas profissionais claras.

## Cuidado com a marca

Usar a matriz oficial da logomarca, a paleta do MIV v4.1 e as fontes institucionais. Mockups nao substituem arte final tecnica.

Documento de trabalho: manter a validacao formal de missoes, valores, responsabilidades e alçadas pela direcao.