



BCA PROPAGANDA LTDA

AGÊNCIA UM

CÓDIGO DE ÉTICA, CONDUTA E INTEGRIDADE

ÍNDICE

PALAVRA DA PRESIDÊNCIA	1
INTRODUÇÃO	2
I. MISSÃO, VALORES, PRINCÍPIOS E PRESSUPOSTOS	3
III- ABRANGÊNCIA: A QUEM ESSE CÓDIGO SE DESTINA	6
IV - ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	6
V - A RELAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO	6
VI - A RESPONSABILIDADE DA LIDERANÇA	7
VII - A RESPONSABILIDADE FORA DA EMPRESA	8
VIII - A RELAÇÃO COM PARCEIROS, FORNECEDORES E TERCEIROS	9
IX - A RELAÇÃO COM A IMPRENSA	10
X - A RELAÇÃO COM OS SINDICATOS E AS ENTIDADES DE CLASSE	10
XI - A RELAÇÃO COM A ESFERA PÚBLICA E O COMBATE À CORRUPÇÃO	11
XII – OS CONFLITOS DE INTERESSE	12
XIII - BOAS PRÁTICAS COM OS REGISTROS CONTÁBEIS	13
XIV – SEGURANÇA DE INFORMAÇÕES	14
XVI – COMITÊ DE ÉTICA, CONDUTA E DE INTEGRIDADE	16
XVII – DO CANAL DE DENÚNCIAS E DAS VIOLAÇÕES AO CÓDIGO	18
XVIII – DECLARAÇÃO DE CONFORMIDADE	19
XIX - DISPOSIÇÕES FINAIS	19

PALAVRA DA PRESIDÊNCIA

Comprometidos com a busca pela excelência com ética e transparência, a Integridade Corporativa é pilar de sustentação da história e do crescimento da Agência Um. A adoção de boas práticas de conduta e de relacionamento profissional foram, desde a sua criação, a base do desenvolvimento da empresa na entrega de trabalhos criativos, inovadores e sustentáveis.

Acreditamos que o desenvolvimento da empresa, de seus clientes e colaboradores se dá dentro de um ambiente de trabalho respeitoso, honesto e íntegro, com diversidade e igualdade. Pessoas competentes, valorizadas e engajadas, num ambiente estimulante, potencializam nossos resultados e permitem alcançar com grande êxito nossa missão e objetivos.

O presente Código de Ética, Conduta e Integridade formaliza e torna público o nosso compromisso e os nossos valores. As condutas e diretrizes aqui estruturadas refletem a postura esperada de todos os nossos colaboradores e parceiros e, por isso, devem ser adotadas integralmente por todos aqueles que se relacionam direta ou indiretamente com a empresa. Sua leitura é imprescindível para que sejam conhecidos os valores da empresa e as práticas que serão exigidas de todos.

Contamos com você para o desenvolvimento e a preservação de uma empresa referência em integridade!

Luiz Augusto Filho

Presidente

INTRODUÇÃO

O CÓDIGO DE ÉTICA, CONDUTA E INTEGRIDADE da BCA PROPAGANDA LTDA. – AGÊNCIA UM, denominada simplesmente de “empresa”, tem como principal escopo a construção de confiança com todos os colaboradores e parceiros, clientes, entes governamentais e a comunidade.

O presente Código é pensado e estruturado pela Presidência em conjunto com o Comitê de Ética, Conduta e Integridade - CECI da empresa, os quais estão inteiramente comprometidos com a efetiva implementação e eficácia das normas de conduta aqui idealizadas.

O CECI será liderado pelo Coordenador de Integridade Corporativa e este assessorado pela Secretária de Integridade Corporativa, conforme nomeação através de Ata assinada pela empresa.

Na referida Ata, a empresa assume o compromisso de conceder ao Coordenador a inteira autonomia na condução da implementação e fiscalização do presente programa, bem como prevê o período do mandato, podendo ser retirado do cargo somente por fundado motivo, a fim de garantir efetividade e neutralidade na condução do programa. Em toda e qualquer contratação, inclusive de membros da alta gestão, é imprescindível que ele esteja de acordo com as orientações do Programa de Integridade, do Código de Ética, Conduta e Integridade e do Regimento Interno.

Este Código contempla as principais orientações éticas e morais que devem conduzir as relações internas, negociais e governamentais da empresa. Ele é aplicável a todos os empregados e demais colaboradores e prestadores de serviço.

Este Código é válido por tempo indeterminado e dele será dada ciência a todos os empregados e demais prestadores de serviços que se relacionam com a empresa, para que fiquem cientes e não possam alegar desconhecimento das normas, diretrizes e princípios.

O referido documento estará sempre disponível, de forma online, no site da empresa (<https://www.agenciaum.ag>) e, de forma física, por meio de cópia disponibilizada nas sedes da empresa.

I. MISSÃO, VALORES, PRINCÍPIOS E PRESSUPOSTOS

MISSÃO

Art. 1º. Construir marcas, oferecendo soluções inovadoras em todas as frentes da comunicação. Estreitar a relação entre nossos clientes e seus consumidores, tendo como pilares o planejamento, a criatividade e a excelência na execução de cada job (serviço). Ser reconhecida pelos clientes e pelo mercado como uma empresa parceira, inovadora e relevante, que oferece sempre os melhores produtos e soluções em Comunicação Empresarial Integrada. Uma referência para profissionais e agências de todo o Brasil.

VALORES

Art. 2º. A empresa, para atingir seus objetivos em prol da comunidade e das pessoas, elegeu como valores e diferenciais estratégicos: fomento à inovação e às grandes ideias; trabalho em equipe; respeito à diversidade; busca pela excelência em cada job; ética nos negócios e nas relações interpessoais; e, desenvolvimento profissional de cada empregado.

Parágrafo único: Dentre os valores da empresa, a busca pela excelência com ética e transparência, é pilar de sustentação da história e do crescimento, razão pela qual a Presidência e os demais colaboradores se comprometem com o presente código e pelo cumprimento às leis, prezando pela sua aplicabilidade e eficiência.

PRINCÍPIOS

Art. 3º. A empresa elegeu, como princípios a serem defendidos, o foco no excelente atendimento do cliente, a valorização e incentivo ao desenvolvimento dos empregados e das equipes, buscando sempre a inovação, a competitividade e a rentabilidade sustentável.

§1º: Toda e qualquer decisão a ser tomada no âmbito interno, comercial ou que esteja relacionada, de qualquer forma, à estrutura empresarial, devem ser tomadas observando as seguintes diretrizes: Trata-se de decisão contrária à legislação? Não deve ser tomada; Trata-se de decisão contrária ao presente Código de Ética, Conduta e Integridade aos valores ou cultura da empresa? Não deve ser tomada.

§2º: Na dúvida sobre a resposta a qualquer uma das perguntas acima, ou na existência de algum conflito de interesses, o gestor direto ou o Comitê de Ética, Conduta e de Integridade deverá ser consultado.

PRESSUPOSTOS

Art. 4º. A empresa tem como pressupostos o respeito às leis e reconhece sua responsabilidade perante a sociedade na divulgação de campanhas e no exercício da publicidade em geral, comprometendo-se com o pleno exercício de seus valores e princípios para com todos aqueles com quem se relaciona.

Art. 5º. A empresa combaterá sempre:

- a) Qualquer tipo de atitudes racistas ou preconceituosas relativas à religião, convicção filosófica ou política, nacionalidade, situação econômica, origem, gênero, cor, etnia, deficiência, idade, estado obstétrico, orientação sexual, biotipo, estado de saúde ou estado civil;
- b) Atitudes ofensivas, sejam elas verbais, gráficas ou comportamentais, que possam ir de encontro à integridade física ou moral de qualquer pessoa;
- c) Utilização de mão-de-obra infantil ou escrava;
- d) Oferecimento ou aceitação de suborno ou vantagem indevida, bem como a prática de atos de corrupção sob qualquer forma;
- e) Veiculação de publicidade enganosa e/ou abusiva;
- f) Agressão ao meio-ambiente; e,
- g) Atitudes que envolvam conduta verbal ou física de humilhação, coação, constrangimento ou ameaça aos integrantes da empresa, ou passíveis de criar um ambiente profissional hostil que, injustificadamente, interfira no desempenho individual ou afete as condições de trabalho das pessoas, que possam ser caracterizadas como assédio moral ou sexual.

II- OBJETIVOS DO CÓDIGO DE ÉTICA, CONDUTA E INTEGRIDADE

Art. 6º. O presente Código de Ética, Conduta e Integridade tem por objetivo evidenciar e reforçar os valores éticos da empresa, sua identidade organizacional e os princípios que orientam a condução de suas atividades.

Art. 7º. Este código alinha-se à missão, aos valores e à visão que definem a empresa e, juntamente com suas normas, regulamentos e políticas, reforçam sua condição de organização comprometida com a ética e a excelência em todas as suas atividades.

Art. 8º. A empresa ratifica como metas deste Código:

- i. Definir padrões éticos que orientem a conduta dos colaboradores, dos relacionamentos e da atividade profissional;
- ii. Propiciar objetividade e clareza na interpretação de princípios de conduta ética, auxiliando a tomada de decisões no cotidiano; e,
- iii. Apontar diretrizes básicas para, em cada área de atividade, desenvolver normas específicas de procedimento ético.

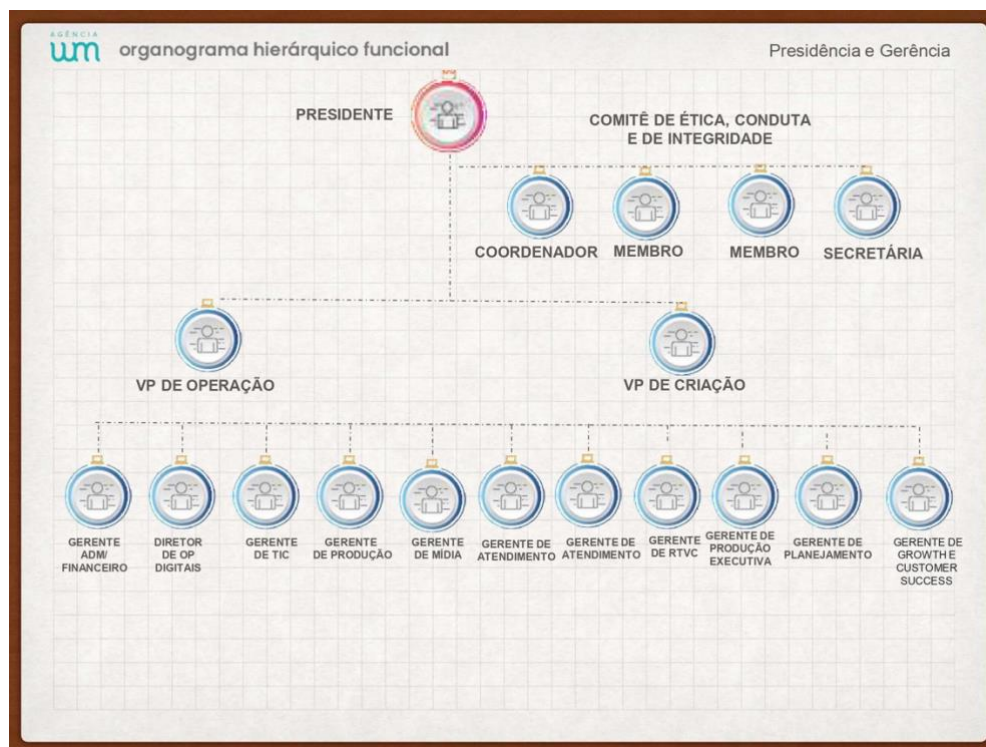
III- ABRANGÊNCIA: A QUEM ESSE CÓDIGO SE DESTINA

Art. 9º. As disposições deste Código devem ser observadas e cumpridas por todos aqueles que integram a empresa (sócios, gestores, executivos, e demais empregados), bem como fornecedores e prestadores de serviço em geral.

Parágrafo Único: Todos os destinatários acima devem utilizar as disposições previstas neste Código como referencial ético e de conduta, a ser observado no seu relacionamento com a empresa e na condução de suas atividades, em qualquer localidade que a mesma atue.

IV - ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Art. 10. A empresa organiza sua gestão interna com divisão de tarefas e especificação de setores, conforme sintetizado no organograma abaixo. A versão completa encontra-se disponível no site <https://www.agenciaum.ag/>.



V - A RELAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO

Art. 11. O convívio de todos aqueles que devem seguir este Código de Ética, Conduta e Integridade deve ser baseado no respeito, na transparência e no espírito de equipe, sendo dever e compromisso de todos os que compõem a empresa:

- a) Combater qualquer tipo de intimidação que possa ser caracterizada como assédio sexual ou moral, este último entendido como o ato de constranger ou desqualificar pessoas e/ou sua reputação por meio de palavras, gestos ou atitudes, em função do vínculo hierárquico;
- b) Preservar a integridade do cargo, sem usar a função ou as informações sobre as atividades desenvolvidas para influenciar decisões que venham a favorecer interesses particulares ou de terceiros;
- c) Respeitar a propriedade intelectual, reconhecendo o valor e a autoria de projetos, ideias, propostas e iniciativas, tanto de colegas quanto de terceiros;
- d) Manter a confidencialidade sobre trabalhos realizados dentro da empresa, em suas filiais ou coligadas, dentro ou fora do ambiente de trabalho;
- e) Preservar a utilização dos meios de comunicação internos para assuntos

pertinentes ao trabalho e de forma construtiva;

- f) Promover a utilização de forma responsável e adequada dos materiais de trabalho, zelando pela integridade e segurança de equipamentos fornecidos pela organização para a realização do trabalho, devolvendo-os imediatamente após a utilização e evitando seu uso para fins particulares;
- g) Proibir a comercialização e a permuta de mercadorias de interesse particular nas dependências da empresa, salvo mediante autorização expressa;
- h) Promover um ambiente de trabalho harmônico, evitando a prática de atos que impliquem em perturbação, poluição sonora ou que prejudiquem o andamento das atividades dos demais colaboradores;
- i) Zelar pela proteção dos direitos humanos, respeitando a liberdade individual e o tratamento com dignidade a todas as pessoas, sem distinção de raça, cor, etnia, sexo, idioma, convicção religiosa ou política, condição social ou qualquer outra situação; e,
- j) Zelar e contribuir para o cumprimento deste Código de Ética, Conduta e Integridade e, sempre que necessário, informar e encaminhar dúvidas e questões sobre este Código ao Comitê de Ética, Conduta e Integridade da organização.

VI - A RESPONSABILIDADE DA LIDERANÇA

Art. 12. Os cargos de liderança e da Alta Direção da empresa devem refletir os valores e princípios de integridade e conduta da Agência Um, com total comprometimento na adoção de boas práticas de governança corporativa e na utilização dos mais altos padrões de conduta ética. Para tanto, os membros da Alta Direção da empresa deverão atender aos seguintes critérios:

- a) Apresentar comportamento ético e boa reputação, demonstrando conduta alinhada com os valores e princípios da empresa ao longo de sua atuação profissional;
- b) Comprovar o não envolvimento em atos de corrupção ou condutas lesivas anteriores;
- c) Demonstrar apoio e comprometimento com as políticas de integridade e conduta corporativa da empresa, bem como atuar ativamente na prevenção e combate à corrupção e demais atos lesivos.

Art. 13. A empresa exigirá que os seus gestores sejam exemplos de conduta íntegra e correta para os demais empregados, clientes e parceiros de negócios. Por isso, os ocupantes de cargos de gestão ou direção em geral devem:

- a) Contribuir para que as relações no ambiente de trabalho sejam sempre baseadas no respeito, na cortesia, na transparência e no espírito de equipe;
- b) Reconhecer e valorizar o mérito dos funcionários;
- c) Fornecer feedbacks claros, construtivos e objetivos sempre que necessário, com o intuito de orientar e contribuir para o aperfeiçoamento da sua equipe;
- d) Propiciar igualdade de acesso às oportunidades de crescimento profissional e possibilitar a participação dos colaboradores em seleções/oportunidades internas, segundo as características, competências e contribuições de cada um;
- e) Abster-se de tomar decisões que afetem a carreira profissional de funcionários baseados apenas no relacionamento pessoal;
- f) Abster-se de usar o cargo para solicitar favores ou serviços pessoais a colaboradores;
- g) Divulgar, promover e garantir que este Código seja compreendido e adotado por todos os colaboradores; e,
- h) Reportar condutas inadequadas e incompatíveis com os princípios veiculados neste Código, bem como aplicar aos colaboradores infratores as penalidades recomendadas pelo Comitê de Ética, Conduta e Integridade.

Art. 14. É vedada a escolha de profissionais que tenham sido condenados por atos de fraude, improbidade ou corrupção para cargos da Alta Direção da empresa.

VII - A RESPONSABILIDADE FORA DA EMPRESA

Art. 15. Todos aqueles que, investidos da qualidade de empregados ou representantes da empresa, que venham a ser convidados por tal motivo para colaborar com veículos de comunicação, dar entrevistas, proferir palestras e participar de eventos, debates, seminários ou cursos fora da empresa, devem obter prévia e expressa autorização da Gerência Administrativo/Financeiro, seguindo os parâmetros de conduta expressos no presente Código.

VIII - A RELAÇÃO COM PARCEIROS, FORNECEDORES E TERCEIROS

Art. 16. Compreendem-se entre os parceiros de negócios todas as pessoas físicas e jurídicas que possuam relação comercial com a empresa. No relacionamento mantido com os parceiros, assim como no relacionamento mantido com demais fornecedores, prestadores de serviços e terceiros, a postura da empresa pauta-se por:

- a) Cumprir e honrar os acordos e contratos firmados, estabelecendo regras transparentes e objetivas;
- b) Não realizar negócios com organizações não legalizadas, que se dediquem a atividades ilegítimas ou cujos recursos venham de fontes ilícitas, utilizem trabalho infantil, escravo ou análogo à escravidão ou que promovam degradação do meio ambiente, incluídas a fauna e a flora;
- c) Basear a seleção e a decisão de compra de produtos e serviços exclusivamente em critérios técnicos e profissionais, por meio de processos pré-determinados;
- d) Manter uma comunicação clara e transparente durante todo o processo, sem criar expectativas que a empresa não possa cumprir;
- e) Recusar expressamente o oferecimento de favores, brindes e presentes, com exceção de brindes promocionais, como agendas, canetas, bonés, chaveiros, blocos de nota e outros do gênero, que possuam a logomarca da organização cedente e caso fique expressamente assegurado não haver qualquer comprometimento do juízo de avaliação, bem como não configure qualquer entendimento de que a empresa ficará obrigada a fazer ou deixar de fazer algo em retribuição ao bem recebido;
- f) Tratar a todos com respeito e cortesia, dispensando-lhes os mesmos princípios de tratamento e conduta adotados neste Código, e estimulando para que sigam o mesmo padrão de relacionamento e postura aqui definidos; e,
- g) Incentivar organizações parceiras da empresa a compartilhar os mesmos valores e princípios éticos adotados neste Código.

Art. 17. Todos os fornecedores, prestadores de serviços e terceiros que mantenham relações comerciais com a Agência Um deverão concordar com os termos deste Código, mediante

assinatura de declaração de ciência e concordância com o mesmo.

Parágrafo único: Aqueles que não possuem programa de integridade próprio deverão adotar o Programa de Integridade da Agência Um como seu.

Art. 18. A seleção de fornecedores, prestadores de serviços e terceiros está sujeita às regras de integridade e conduta corporativa da empresa, em especial à Política de Contratação e Supervisão de Terceiros.

IX - A RELAÇÃO COM A IMPRENSA

Art. 19. No atendimento e prestação de informações à imprensa em geral e aos veículos externos de comunicação, deve-se:

- a) Manter um relacionamento baseado na integridade, transparência e isenção;
- b) Manter uma atitude independente e respeitosa no relacionamento com a mídia;
- c) Pronunciar-se em nome da empresa somente com autorização formal da Presidência e a respeito de assuntos de sua respectiva esfera de competência, abstendo-se de abordar temas que a empresa tenha definido como confidenciais ou que o sejam por sua própria natureza;
- d) Preservar, ordinariamente, a política estabelecida pela empresa no sentido de comunicar-se com a mídia somente através de nota escrita por sua assessoria de imprensa ou através de seus representantes formais ou por aqueles devidamente autorizados.

X - A RELAÇÃO COM OS SINDICATOS E AS ENTIDADES DE CLASSE

Art. 20. No relacionamento com as diversas categorias profissionais e com entidades representantes de classes, é dever do empregado:

- a) Priorizar a via da negociação na resolução de conflitos de interesse, considerando-se, sempre, atitudes de cortesia e de respeito;
- b) Defender, de forma legítima, os interesses da organização e do segmento ao qual ela pertence; e,

- c) Conduzir negociações e diálogos de qualquer natureza somente por meio das pessoas formalmente autorizadas para tanto.

XI - A RELAÇÃO COM A ESFERA PÚBLICA E O COMBATE À CORRUPÇÃO

Art. 21. A empresa não admite e não compactua com nenhum tipo de corrupção, sendo dever expresso dos empregados e colaboradores zelar e contribuir para que o posicionamento manifestado pela empresa, em estrita conformidade com a Lei Anticorrupção (Lei nº 12.846/2013), seja preservado, praticado, estimulado e divulgado dentro da empresa. Desta forma, é dever de todos os colaboradores:

- a) Zelar pelo cumprimento das políticas, normas e controles de prevenção e combate a atos de corrupção ou ilícitos de qualquer natureza, em estrito cumprimento às leis aplicáveis e em conformidade com as melhores práticas;
- b) Pautar o relacionamento com agentes públicos pela estrita observância dos padrões éticos e de conduta dispostos neste código;
- c) Atender representantes dos órgãos públicos de maneira cortês e profissional, fornecendo as informações e documentos solicitados, desde que devidamente autorizados pelo departamento competente e observando as exigências legais cabíveis;
- d) Zelar para que colaboradores, representantes, agentes ou mandatários não utilizem de qualquer meio ilegal ou antiético nos relacionamentos com agentes públicos, parceiros, concorrentes ou terceiros em geral;
- e) Tratar com imparcialidade e equidade todos os partidos políticos e seus representantes;
- f) Abster-se de utilizar cargos, equipamentos, serviços e recursos do ambiente de trabalho para apoiar partidos políticos e/ou seus candidatos; e,

g) No exercício do direito, garantido pela empresa ao empregado e colaborador, de ter engajamento político e participar de eventos e movimentos políticos, sociais e culturais, agir sempre de forma que suas atitudes não prejudiquem a atividade profissional ou tenham com ela conflito de interesses.

Art. 22. Com o intuito de preservar a integridade e a conformidade da empresa a todas as normas de combate à corrupção, em especial àquelas contidas na Lei Anticorrupção, é expressamente vedado à organização e aos seus empregados:

- a) A oferta de pagamento ou qualquer outro benefício pessoal direto ou indireto a uma autoridade ou servidor da administração pública, seja esta Municipal, Estadual ou Federal, em troca de vantagens para si ou para a organização;
- b) Utilizar-se de meios ilícitos para a obtenção de informações privilegiadas de mercado, relevantes para o desenvolvimento de seu negócio; e,
- c) Utilizar-se de práticas que possam implicar sobrepreços ou superfaturamento em contratos, com intuito de obter vantagem pessoal ou para a organização.

Art. 23. Todas as interações e comunicações de representantes da empresa com agentes e órgãos públicos são pautadas na transparência, na clareza e na integridade profissional, e serão sempre formalizadas e registradas pelos interlocutores.

Art. 24. A empresa adota uma cultura de prevenção de conflitos de interesses nas relações com a Administração Pública, razão pela qual relações de amizade íntima ou parentesco entre colaboradores da Agência Um e agentes públicos devem ser reportadas para o Comitê de Ética, Conduta e de Integridade, para análise de eventual conflito de interesses.

Art. 25. Visando a melhor orientação sobre as práticas e condutas desejadas no relacionamento com órgãos e agentes públicos, a Agência Um possui, como parte integrante de sua Política de Integridade, a Política Autônoma sobre Integridade e Administração Pública, a ser observada por todos os seus colaboradores.

XII – OS CONFLITOS DE INTERESSE

Art. 26. É dever dos empregados e colaboradores evitar situações, ações e atitudes que possam caracterizar ou sugerir conflito entre os interesses pessoais e o desempenho profissional. Para tanto, é dever:

- a) Abster-se de usar a função exercida na empresa para obter privilégios ou benefícios pessoais;
- b) Evitar que cônjuges, companheiro ou namorados estejam na esfera de influência ou de atuação de cada qual, ou ainda em posições que possam comprometer a relação hierárquica ou funções conflitantes;
- c) Não aceitar descontos em compras particulares de bens e serviços em razão da atividade profissional, a não ser promoções corporativas firmadas com a organização;
- d) Não possuir vínculo societário, próprio ou por intermédio de cônjuges ou familiares, com fornecedores ou concorrentes da empresa, especialmente quando o cargo ocupado lhe confira poder de influência em transações ou lhe permita o acesso a informações privilegiadas;
- e) Não utilizar bens da empresa, como telefones, aparelhos diversos, materiais ou informações para trabalhos estranhos às atividades desenvolvidas junto a empresa;
- f) Não praticar atividades profissionais conflitantes com aquelas desenvolvidas junto à empresa, nem utilizar o horário de trabalho destinado à organização para o exercício de outra prática profissional, ainda que não conflitante.

Art. 27. Ocorrendo situação que represente ou possa vir a representar conflito de interesse ou, ainda, situação em que não seja possível evitar tal conflito, o colaborador da empresa que estiver envolvido deve levar o assunto, formalmente, ao Comitê de Ética, Conduta e Integridade, relatando, integralmente e por escrito, todas as circunstâncias relacionadas ao caso.

Art. 28. É vedada a contratação e/ou o exercício de atribuições funcionais, na mesma unidade da Empresa, de colaboradores que tenham parentesco entre si, ressalvados os casos em que haja expressa autorização da Presidência ou do Comitê, bem como casos já existentes na data de publicação deste Código.

Art. 29. É vedado a qualquer colaborador a candidatura a cargos e/ou o exercício de funções em qualquer órgão representativo, configurando, pois, o conflito de interesses.

XIII - BOAS PRÁTICAS COM OS REGISTROS CONTÁBEIS

Art. 30. Os registros contábeis, financeiros e patrimoniais da empresa serão elaborados e mantidos com transparência, clareza e precisão, em observância às normas fiscais vigentes.

Art. 31. Todas as transações de entrada ou saída de valores serão registradas pela instância responsável e acompanhadas de comprovante fiscal e justificativa da movimentação do montante.

Art. 32. Em atenção às boas práticas de integridade e segurança, a instância responsável pelo controle dos registros e transações contábeis, financeiras e patrimoniais adota regras de segregações de funções e separação de níveis de aprovação das receitas e despesas. Além disso, também são adotados mecanismos de detecção e esclarecimento de eventuais despesas fora do padrão (*red flags*).

Art. 33. As regras, rotinas e procedimentos adotados para controle dos registros contábeis se encontram detalhadas na Política de Controles e Registros Contábeis da empresa.

XIV – SEGURANÇA DE INFORMAÇÕES

Art. 34. Tendo-se em vista a importância da segurança das informações e o fato de que sua má utilização pode acarretar risco para o negócio, a empresa expressamente exige de seus colaboradores:

- a) Agir com zelo no tratamento e na preservação de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade, em estrita conformidade com o disposto na Lei Geral de Proteção de Dados

(Lei nº 13.709/2018);

- b) Agir com zelo e cuidado no tratamento de informações de propriedade e de interesse da empresa, sejam tais informações disponíveis em qualquer meio;
- c) Divulgar informações pessoais relacionadas a colaboradores ou ex- colaboradores da empresa somente com expressa autorização dos titulares dos dados ou por força de ordem judicial específica;
- d) Não comentar ou divulgar, entre si ou com terceiros, assuntos de interesse da empresa, nem campanhas publicitárias e/ou ofertas de descontos ou convênios que ainda não tenham sido expressamente aprovadas e divulgadas no mercado;
- e) Não deixar computadores desbloqueados em sua ausência e nem deixar documentos confidenciais sobre sua mesa de trabalho, em impressoras, scanners ou equipamentos multifuncionais;
- f) Não realizar a instalação de softwares em computadores de trabalho sem autorização do TI da empresa;
- g) Não enviar ou armazenar, a partir dos computadores ou aparelhos disponibilizados para o trabalho, mensagens contendo jogos, correntes ou qualquer tipo de conteúdo impróprio, obsceno, discriminatório, racista, difamatório ou que sejam contrários aos princípios, valores, políticas e interesses da empresa, conforme definidos neste Código;
- h) Não compartilhar senhas de acesso a computadores, sistemas em geral, telefones e crachás, por se tratar de elementos de uso pessoal e intransferível;
- i) Promover a citação da fonte autoral na divulgação de trabalhos, ideias ou resultados conquistados, caso estes não sejam de sua autoria;
- j) Reconhecer que qualquer criação ou melhoria de objetos ou processos obtidos a partir de recursos de propriedade da empresa garantem a ele o direito pela propriedade exclusiva; e,
- k) Não divulgar, pessoalmente ou através de terceiros, a qualquer pessoa não vinculada à empresa, informações privilegiadas antes de sua divulgação formal no mercado, sob pena de sofrer as penalidades dispostas no presente Código de Ética, Conduta e Integridade.

XV - USO DE REDES SOCIAIS E DOS EQUIPAMENTOS

Art. 35. A empresa considera o impacto das novas tecnologias na vida pessoal e na dinâmica profissional das organizações e tem por princípio a adoção responsável e ativa dessas ferramentas. Para melhor observância dos objetivos institucionais e preservação da integridade da imagem, informações e bem-estar dos colaboradores, é expressamente exigido que:

- a) Cada colaborador seja cuidadoso com o uso de suas redes sociais, nelas cadastrando-se somente em nome próprio e em caráter pessoal, sem gerar vínculo ou representar a empresa;
- b) Cada colaborador mantenha-se informado sobre as atividades, ações, iniciativas e informações oficiais e consideradas públicas pela empresa, evitando divulgar ou propagar informações destoantes, inadequadas, desatualizadas ou não-oficiais da empresa;
- c) Cada colaborador seja plenamente responsável pelo conteúdo gerado a partir de seus perfis e páginas nas redes sociais, ficando a empresa isenta de qualquer responsabilidade sobre tais conteúdos;
- d) Cada colaborador evite a divulgação ou comentários sobre temas polêmicos que estejam direta ou indiretamente ligados ao mercado da propaganda, a empresa, a qualquer outra informação obtida em razão do relacionamento com a empresa;
- e) Cada colaborador zele pelo sigilo profissional, evitando comentar sobre rotinas de trabalho;
- f) Ao responder questionamentos de terceiros, cada colaborador direcione a busca por informações aos canais oficiais e áreas competentes da empresa;
- g) Cada colaborador esteja ciente de que os termos ligados a empresa e suas marcas em redes sociais são monitorados;
- h) Cada colaborador abstenha-se de criar e/ou circular em redes sociais perfis com o nome da empresa que não tenham sido aqueles criados pelo setor competente;
- i) Cada colaborador abstenha-se de postar fotos ou imagens que envolvam ambientes internos e marca da empresa, sendo, ainda, vedada a utilização da marca como avatar em perfil pessoal nas redes sociais;

j) Seja considerado que todos os aspectos de comportamento e procedimento indicados nos artigos 11 (a relação no ambiente de trabalho) e 35 (uso de redes sociais e dos equipamentos) deste Código se aplicam ao uso das redes sociais.

Art. 36. Os bens, os equipamentos e as instalações da empresa destinam-se, exclusivamente, ao uso em suas atividades e operações e não podem ser utilizados para fins particulares, salvo em situações específicas definidas pela organização, sendo responsabilidade do colaborador zelar pelo bom uso e pela conservação do patrimônio colocado sob sua guarda.

XVI – COMITÊ DE ÉTICA, CONDUCTA E DE INTEGRIDADE

Art. 37. O Comitê de Ética, Conduta e de Integridade é um órgão independente, imparcial e de caráter permanente, com a missão precípua de zelar pelo cumprimento e aplicação das disposições do presente Código.

Art. 38. O Comitê será composto por 3 (três) membros indicados pela Presidência, com mandato de dois anos, renovável por igual período, conforme disposições do Regimento Interno do referido Comitê.

Art. 39. O Comitê de Ética, Conduta e de Integridade é o órgão responsável por gerir e monitorar o cumprimento do presente Código, estando entre suas principais atribuições:

- a) Promover o treinamento, a conscientização, a disseminação e a aplicação das regras de conduta, ética e integridade entre os colaboradores da empresa, zelando pela observância dos princípios éticos consolidados no Código de Ética, Conduta e Integridade da Agência Um e fiscalizando o seu cumprimento;
- b) Sanar as dúvidas relacionadas ao Código de Ética, Conduta e Integridade, bem como eventuais dúvidas relacionadas à integridade e à conduta ética a ser adotada em face das situações que surgem no dia a dia dos colaboradores e terceiros que atuam em nome da Agência Um, por meio do e-mail comitedeintegridade@agenciaum.ag;
- c) Participar do planejamento, da elaboração ou da contratação de treinamentos na área

de integridade, sejam eles relacionados ao Código de Ética, Conduta e Integridade ou a políticas internas e temáticas específicas;

d) Apoiar os gestores na interpretação e encaminhamento de soluções para situações que se configurem como violações ao Código de Ética, Conduta e Integridade;

e) Promover a implantação e manutenção de canais de denúncia disponíveis aos públicos interno e externo, zelando pelo sigilo e preservação do anonimato, quando for o caso;

f) Assegurar o recebimento e a avaliação das denúncias de descumprimento do Código encaminhadas por meio dos canais oficiais de denúncia e providenciar, quando necessário, as diligências cabíveis;

g) Receber denúncias a respeito de violações ao Código de Ética, Conduta e Integridade, violações de direitos, atos ilegais e de corrupção, bem como de qualquer ato de improbidade administrativa praticado por qualquer colaborador ou terceiro, vinculado direta ou indiretamente à atuação da empresa, promovendo as diligências necessárias à apuração de sua veracidade;

h) Garantir o anonimato das denúncias que chegarem sob essa condição por meio do Canal de Denúncias da empresa;

i) Recomendar à Presidência, conforme o caso, a aplicação das penalidades cabíveis em decorrência de infrações às regras dispostas no Código de Ética, Conduta e Integridade;

j) Analisar qualquer situação fora dos padrões morais e éticos eventualmente não previstas no Código de Ética, Conduta e Integridade;

k) Conduzir, por si ou por suas comissões, investigações que vierem a ser realizadas em qualquer das instituições da empresa, visando a apuração de eventuais ilícitos praticados em violação às disposições do Código de Ética, Conduta e Integridade;

l) Havendo necessidade, reportar os ilícitos apurados à Autoridades Governamentais competentes;

m) Cooperar e apoiar auditorias interna e externa, disponibilizando informações necessárias, no tempo acordado;

n) Monitorar resoluções de planos de ação originados de auditorias realizadas;

o) Participar da rotina de diligências para verificar os potenciais riscos de integridade na relação com parceiros de negócios, bem como participar das diligências para contratação

e supervisão de terceiros;

p) Reportar direta e periodicamente à Presidência os assuntos relacionados à consecução e desenvolvimento das atividades de sua competência;

q) Revisar e refazer periodicamente, no intervalo de 24 meses, a análise dos riscos de conduta aos quais a Agência Um está exposta e, se necessário, propor atualizações ao Código de Ética, Conduta e Integridade, ao Regimento e às demais políticas que compõem o Programa de Integridade.

Art. 40. O Comitê é o órgão responsável pela gestão, monitoramento e aperfeiçoamento constante do Programa de Integridade e do Código de Ética, Conduta e Integridade da empresa e também atuará para fins consultivos, com independência e autonomia, emanando recomendações, orientações e sugestões, devendo sempre reportar-se à Presidência. Seu funcionamento e atribuições estão detalhados no Regimento Interno previamente aprovado pela Presidência da empresa.

XVII – DO CANAL DE DENÚNCIAS E DAS VIOLAÇÕES AO CÓDIGO

Art. 41. A empresa disponibiliza aos seus públicos interno e externo, de forma acessível e permanente, o Canal de Denúncias, por meio do qual receberá denúncias devidamente fundamentadas e/ou documentadas, relativas à prática de quaisquer atos lesivos previstos pela Lei nº 12.846/2013 (Lei Anticorrupção), bem como outras violações ou suspeitas de violação deste Código, tratando-as com confidencialidade e diligência e garantindo o seu imediato encaminhamento ao Comitê.

Art. 42. Por meio do Canal de Denúncias, o denunciante poderá identificar-se ou efetuar relato anônimo, devendo oferecer elementos que permitam a apuração de sua denúncia.

Parágrafo único: O sigilo e a confidencialidade são garantidos, razão pela qual o solicitante poderá, se assim o desejar, solicitar atendimento pessoal, que acontecerá em local reservado, junto ao Comitê.

Art. 43. Os denunciantes que realizarem denúncia com identificação de seus dados pessoais terão direito ao acompanhamento do procedimento de apuração da denúncia, mantidos o sigilo e a confidencialidade.

Art. 44. Todas as violações ou tentativas de violação aos dispositivos do presente Código Ética, Conduta e Integridade, independentemente do nível hierárquico em que tenham sido cometidas, deverão ser reportadas ao Comitê de Ética, Conduta e de Integridade, por meio dos Canais de Denúncia disponibilizados no seguinte endereço eletrônico: <https://www.agenciaum.ag>, pelo e-mail comitedeintegridade@agenciaum.ag, ou por via física aos endereços da Agência, de onde serão encaminhadas ao Comitê, que pautará sua atuação com base nas seguintes premissas:

- a) Eventuais denúncias e suas respectivas evidências poderão ser enviadas de forma anônima ou identificada, sendo, nessa hipótese, tratadas sob sigilo absoluto e garantida a preservação do anonimato, quando assim solicitado;
- b) Os responsáveis pelas comprovadas violações ao disposto neste Código serão orientados, advertidos ou demitidos, na medida de sua responsabilidade;
- c) Não haverá qualquer penalidade ou represália àquele que, de boa-fé, comunicar a ocorrência de desvio de conduta ou qualquer tipo de violação às disposições contidas no presente código, assegurada a proteção contra retaliações; e,
- d) Situações que não estejam explicitadas neste Código de Ética, Conduta e Integridade serão tratadas como exceção e avaliadas pelo Comitê de Ética, Conduta e Integridade.

Art. 45. Qualquer ato de violação aos dispositivos deste Código ou às normas e políticas internas da empresa será apreciado e avaliado pelo Comitê de Ética, Conduta e de Integridade, que poderá recomendar a aplicação de qualquer das seguintes penalidades:

- a) advertência verbal;
- b) advertência escrita;
- c) suspensão, por até 30 (trinta) dias;
- d) demissão com ou sem justa causa ou rescisão contratual.

Parágrafo Único. Apurada a infração e recomendada a sanção pelo Comitê de Ética, Conduta e

de Integridade, a respectiva penalidade será aplicada pela Presidência ou pelo gestor imediato.

Art. 46. O procedimento completo e detalhado de realização, apuração e acompanhamento de denúncias encontra-se descrito no Regimento Interno do Comitê de Ética, Conduta e Integridade.

XVIII – DECLARAÇÃO DE CONFORMIDADE

Art. 47. A partir da implantação deste Código, todos os seus destinatários tomarão conhecimento de seu objeto e terão o dever de cumpri-lo e difundi-lo integralmente, denunciando adequadamente eventuais violações das quais tenham conhecimento.

XIX - DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 48. São parte integrante da Política de Integridade da Agência Um, que complementam este Código de Ética, Conduta e Integridade, os seguintes documentos:

- Regimento Interno do Comitê de Ética, Conduta e Integridade;
- Política de Controles e Registros Contábeis;
- Política de Contratação e Supervisão de Terceiros;
- Política Autônoma sobre Integridade e Administração Públicas.

Art. 49. O presente Código de Ética, Conduta e Integridade e as políticas específicas entram em vigor na data de sua publicação no site da empresa, devendo ser revisados a cada 24 meses, ou em prazo inferior sempre que se entender necessário.

Recife, 07 de janeiro de 2022.

ANEXO I - PRINCIPAIS DÚVIDAS E RESPOSTAS

- 1. Sou obrigado a ler o presente Código de Ética, Conduta e Integridade e a frequentar os treinamentos de capacitação?**
 - R.: Sim, a sua não observância será considerada falta grave, com efeitos trabalhistas.
- 2. Os consultores externos, representantes comerciais e demais parceiros e fornecedores da Agência Um devem respeitar o presente código?**
 - R.: Sim, todos os colaboradores diretos e indiretos devem estar cientes, serem treinados e aptos a cumprir integralmente o presente Código, e todos, inclusive os parceiros da Agência Um, inclusive fornecedores, devem respeitar este Código.
- 3. Não conheço a lei sobre o caso, posso alegar que a desconhecia?**
 - R.: Não, o desconhecimento da lei não o isenta das responsabilidades perante à empresa, civis e penais no caso de descumprimento.
- 4. Toda conduta não proibida por lei é ética?**
 - R.: Não. Em alguns casos, apesar de não ter alguma vedação legal, algumas condutas podem ser antiéticas, como, por exemplo: oferecer vantagem ao cliente privado para adquirir o seu produto para conseguir fechar uma meta.
- 5. Posso oferecer vantagens ao cliente por se tratar de um cliente antigo?**
 - R.: Não. Toda política de descontos, vantagens e parcerias privadas estão previstas expressamente no Regimento Interno. No caso de clientes públicos, qualquer contato e conduta deve obedecer ao Programa de Integridade e o Regimento Interno.
- 6. Pela relação próxima com clientes antigos, posso oferecer brindes, presentes, viagens ou outros benefícios?**
 - R.: Não. Toda vantagem está prevista expressamente no Regimento Interno.
- 7. Posso receber comissões, presentes, brindes e agrados de fornecedores?**
 - R.: O recebimento de comissões de terceiros é proibido. Quanto ao recebimento de presentes, brindes e agrados, também ficou estabelecido pela empresa que não é permitido o recebimento desses itens com valor superior a 30% do salário mínimo, sem o prévio conhecimento e autorização expressa da empresa.
- 8. Posso indicar amigos e parentes para a seleção de fornecedores ou seleção para o**

quadro de funcionários?

- R.: Sim, desde que você não seja o recrutador, bem como eles iniciem o processo de seleção no padrão estabelecido pelo RH e pelo Regimento Interno.

9. Pelo relacionamento próximo, posso indicar parentes e amigos para emprego em um dos fornecedores?

- R.: Não. A contratação de um amigo ou parente por um fornecedor pode gerar uma expectativa e um compromisso tácito de retribuição, o que é vedado por este Código.

10. O que é considerado assédio moral?

- R.: O Assédio Moral ocorre quando uma conduta expõe o empregado a situações humilhantes e pode ser configurada diante de condutas inaceitáveis e abusivas, como, por exemplo: piadas pejorativas, cobranças exorbitantes de metas, exposição ao ridículo em frente aos colegas, etc.

11. Posso fazer piadas no ambiente de trabalho?

- R.: Toda piada que possua conotação pejorativa ou não apreciada às condições sociais, de cor, gênero, orientação sexual, origem, raça, idade, religião, estado civil ou condição física deve ser banida, sob pena de descumprimento do presente Código.

12. O que é considerado assédio sexual?

- R.: O Assédio Sexual ocorre quando houver alguma investida não consentida e não tolerada de cunho sexual, por meio de conduta inadequada à relação de trabalho, verbal ou física. Por exemplo: chantagens com o intuito sexual, piadas pejorativas e de cunho sexual, convites insistentes sem consentimento com cunho sexual, toques inadequados, intencionais não acidentais com caráter sexual.

13. Somente mulheres podem ser assediadas sexualmente?

- R.: Não, pode ocorrer assédio sobre o homem com a utilização de poder hierárquico e chantagem para obter favores sexuais.

14. Posso ter um relacionamento amoroso com um colega de trabalho?

- R.: Sim, desde que observadas as regras de bom senso, produtividade e sigilo de informações da empresa, não sendo permitida a manutenção de qualquer hierarquia entre os cônjuges.

15. Quais são os direitos do cliente?

- R.: Todo cliente tem o direito de ser respeitado como consumidor e deve ter todas as normas previstas no Código de Defesa do Consumidor - Lei 8.078/90 respeitadas, as quais devem ser conhecidas e praticadas por todos os colaboradores.

16. Posso conversar sobre o meu trabalho?

- R.: Sim, condicionado à manutenção do sigilo industrial.

17. O que é sigilo industrial?

- R.: É a manutenção do segredo sobre os procedimentos e métodos internos da empresa, ou seja, senhas, conteúdo, preços, estratégias, projetos, planos, atividades, métodos, programas e informações da empresa não podem ser divulgados, compartilhados ou mencionados externamente ao setor vinculado.

18. Posso utilizar livremente a rede internacional de computadores da empresa?

- R.: Não, o uso é restrito às finalidades e necessidades relacionadas às atividades. A utilização de sistemas, redes ou conteúdos não autorizados configura uma infração ética.

19. Preciso ter algum cuidado ao desenvolver, manejar ou utilizar sistemas, softwares ou aplicativos online?

- R.: Com a instituição do Marco Civil da Internet bem como a Lei de Proteção de Dados, todos devem observar desde já as diretrizes, limites e procedimentos previstos na Lei nº 13.709/18 que regulamenta a Proteção de Dados Pessoais e da Lei nº 12.965/14 que regulamenta o Marco Civil da Internet.

20. O que acontece caso eu não denuncie uma conduta não ética?

- R.: Aquele que conhece uma conduta não ética e deixa de denunciar pode ser chamado a responder pelos danos e prejuízos causados pela conduta, bem como a responder igualmente pelas medidas coercitivas aplicadas àquele que agiu erroneamente.

21. Preciso ter prova para fazer uma denúncia?

- R.: Não, mas caso ao final do processo de tratamento se evidencie comprovadamente que a denúncia foi realizada de má-fé, sendo conhecido previamente sua falsidade, as sanções aplicáveis ao descumprimento do presente Código poderão ser aplicadas.

ANEXO II - TERMO DE CONHECIMENTO E ADESÃO AO CÓDIGO DE ÉTICA, CONDUTA E INTEGRIDADE PARA OS COLABORADORES DA AGÊNCIA UM

Eu, _____, colaborador da Agência, ocupando o cargo de _____, pelo presente termo, declaro ter conhecimento e anuir com as diretrizes consolidadas no Código de Ética, Conduta e Integridade da Agência Um, bem como firmo compromisso de agir em conformidade com suas normas na execução das minhas atividades junto à Agência Um, além de participar de treinamentos e atualizações referentes a este Código e demais políticas do Programa de Integridade da empresa, e, ainda, guardar sigilo de toda e qualquer informação confidencial e estratégica de interesse da empresa, inclusive após eventual rompimento do meu vínculo contratual.

Local e data: _____

Assinatura: _____

Registrado juntamente com Comitê de Ética, Conduta e Integridade

ANEXO III - TERMO DE CONHECIMENTO E ADESÃO AO CÓDIGO DE ÉTICA, CONDUTA E INTEGRIDADE PARA OS FORNECEDORES, PRESTADORES DE SERVIÇOS E DEMAIS TERCEIROS

Eu, _____, na posição de terceiro e mantendo relação com a Agência Um, pelo presente termo, declaro ter conhecimento e anuir com as diretrizes consolidadas no Código de Ética, Conduta e Integridade da Agência Um, bem como firmo compromisso de agir em conformidade com suas normas na execução das atividades mantidas com a mesma, ciente de que eventual violação ética ou legal pode resultar na rescisão deste contrato e comunicação às autoridades, e, além disso, me comprometo participar de treinamentos e atualizações referentes a este Código e, também, a guardar sigilo de toda e qualquer informação confidencial e estratégica de interesse da Agência Um, inclusive após eventual encerramento ou rompimento do meu vínculo com a mesma.

Local e data: _____

Assinatura: _____

Registrado juntamente com Comitê de Ética, Conduta e Integridade

ANEXO IV - CLÁUSULAS-PADRÃO DE ADEQUAÇÃO CONTRATUAL AO CÓDIGO DE ÉTICA, CONDUTA E INTEGRIDADE

A fim de assegurar o efetivo cumprimento do seu Código de Ética, Conduta e Integridade, bem como da legislação anticorrupção vigente, a Agência Um inclui cláusulas de adequação à Política de Integridade da Agência Um nos seus contratos, sejam eles celebrados com colaboradores, fornecedores, veículos de comunicação, prestadores de serviço ou demais parceiros.

A não inclusão ou inclusão parcial dessas cláusulas deverá ser justificada, sendo admitida a sua não inclusão ou inclusão parcial em contratos de adesão (nos quais a Agência Um seja a parte aderente) ou quando já houver no instrumento contratual disposições semelhantes, que atendam à legislação aplicável e às disposições do Código de Ética, Conduta e Integridade da Agência Um.

“CLÁUSULA [] - DO CONHECIMENTO E COMPROMETIMENTO COM AS REGRAS E DIRETRIZES DA LEGISLAÇÃO ANTICORRUPÇÃO E DO PROGRAMA DE INTEGRIDADE DA AGÊNCIA UM

1. As partes reiteram o seu conhecimento acerca das regras e diretrizes estabelecidas no Programa de Integridade mantido pela Agência Um (disponíveis em seu site <https://www.agenciaum.ag/>), obrigando-se, por este ato, a observá-las e cumpri-las, sujeitando-se, ainda, à integral responsabilidade pelo eventual descumprimento por parte de qualquer de seus funcionários e/ou subcontratados.
2. No caso de cometimento de atos ou condutas vedadas pela legislação anticorrupção vigente e/ou pelo Programa de Integridade da Agência Um, esta poderá, a seu exclusivo critério, aplicar as sanções previstas no Código de Ética, Conduta e Integridade da Agência Um, notadamente de rescindir imediatamente o presente Contrato, sem prejuízo das demais cominações legais ou contratuais, não sendo devida qualquer indenização a outra Parte por danos, prejuízos ou lucros cessantes decorrentes da rescisão antecipada devidamente motivada. Não obstante, sendo o caso, a Agência Um reportará tal ato ou conduta às Autoridades e tomará demais medidas consideradas necessárias por seu Comitê de Ética, Conduta e Integridade.”