



CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA

Programa de Integridade



Este conteúdo é de propriedade da CCA COMUNICAÇÃO E PROPAGANDA LTDA., não podendo ser reproduzido ou transmitido, por quaisquer meios, sejam eletrônicos ou mecânicos, sem prévia e expressa autorização da Tempo Propaganda.



ÍNDICE

MENSAGEM DA DIRETORIA	4
DADOS VIRAM INFORMAÇÃO. INFORMAÇÃO VIRA CONTEÚDO: <i>Introdução sobre o tema Compliance e Integridade</i>	5
PRA COMEÇAR, MUITO PRAZER. SOMOS A TEMPO PROPAGANDA: <i>A importância do apoio da Diretoria</i>	6
A GENTE CONSEGUE FALAR COM A PESSOA CERTA: <i>O Programa, o Objetivo, o Alcance e a Função</i>	7
A GENTE CONSEGUE SABER TUDO: <i>Um canal para comunicação de inconformidades</i>	9
ACERTANDO NO ALVO: <i>As respostas e punições às inconformidades encontradas</i>	10
DO JEITO CERTO: <i>Como queremos que vocês atuem</i>	11



MENSAGEM DA DIRETORIA

A TEMPO PROPAGANDA é uma agência de publicidade com mais de 25 anos de experiência no segmento de Publicidade e Propaganda.

Somos parte de um mundo movido por ideias! Ideias surpreendentes, ideias engraçadas, emocionantes. Marcantes! Por isso acreditamos na criatividade e apostamos alto no talento e na ousadia, sem perder de vista o foco em conquistar resultados! Nossa agência é formada por gente que faz o que gosta e que adora os desafios da propaganda, gente que vive em busca de ideias diferenciadas! Gente que não se cansa de trabalhar por cada uma dessas ideias e que acredita no poder e na imortalidade delas!

Ética, profissionalismo, criatividade e respeito às diversidades são os nossos valores e, com o objetivo de manter uma organização coesa, toda a nossa gente é orientada a agir segundo esses valores e objetivos comuns.

Este Código de Conduta busca fazer com que a ética, a conformidade e a transparência norteiem as nossas ações. Este documento foi elaborado dentro do Programa de Integridade da Tempo Propaganda, visando que os princípios da empresa sejam tratados de forma objetiva e eficiente.

Abraços,
Alfredo de Souza Tavares Filho

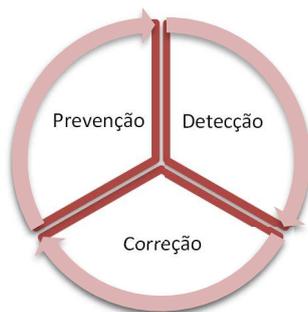


DADOS VIRAM INFORMAÇÃO. INFORMAÇÃO VIRA CONTEÚDO

Introdução sobre o tema Compliance e Integridade

Compliance é estar em conformidade com leis e normas. Mas não é só isso. É também agir de forma íntegra e ética.

Um **Programa de Compliance** é um sistema assentado nas premissas de Prevenção, Detecção e Correção de condutas irregulares, com o objetivo de construir uma cultura de respeito aos valores da empresa.



A legislação brasileira, a partir da edição da Lei 12.846/2013, passou a estimular as empresas a implementarem Programas de Compliance, por reconhecer que esses programas são uma forma efetiva de evitar práticas de corrupção. Assim, o Programa de Compliance visa assegurar um ambiente ético e íntegro na empresa, prevenindo, monitorando e dando respostas aos eventuais desvios de conduta que possam ocorrer.

A prevenção se dá através da comunicação dos princípios éticos da empresa, orientando todos de forma clara e explícita sobre leis, normas e procedimentos, esclarecendo as condutas que não serão admitidas e treinando os colaboradores periodicamente para que tenham esses conceitos sempre bem vivos no seu dia a dia.

O monitoramento é realizado através de ferramentas de controle, como o canal de comunicação e denúncia que permite a detecção de falhas e a identificação de não conformidades.

E, por fim, a resposta aos eventuais desvios de conduta é dada de forma proporcional à sua gravidade, mas sempre deixando claro que os desvios de conduta não serão aceitos pela empresa.

É com esse sistema que a TEMPO passa a contar a partir de agora!

Colaboradores: *peças físicas ou jurídicas que atuem em representação da TEMPO nos seus negócios, incluindo funcionários, diretores, sócios, fornecedores ou parceiros comerciais.*

Clientes: *peças físicas ou jurídicas para as quais a TEMPO presta seus serviços, através de contrato.*

Parceiros comerciais: *peças físicas ou jurídicas que atuem em conjunto, parceria ou consórcio com a TEMPO, prestando serviço relativo a um contrato.*

Fornecedores: *peças físicas ou jurídicas que fornecem bens ou serviços para a TEMPO diretamente ou para seus clientes, através de agenciamento por parte da TEMPO.*

Concorrentes: *peças físicas ou jurídicas que prestem os mesmos serviços ou serviços similares aos negócios da TEMPO.*

Programa de Compliance: *Sistema de Normas, Políticas, Controles e Ações que visam prevenir, detectar e remediar desvios de conduta do Código de Ética e Conduta da TEMPO.*

Corrupção – *A oferta ou promessa de vantagem indevida a agente público para prática, omissão ou retardamento de um ato que seja inerente ao exercício da sua função.*



PRA COMEÇAR, MUITO PRAZER. SOMOS A TEMPO PROPAGANDA **A importância do apoio da DIRETORIA**

A TEMPO PROPAGANDA vem se destacando no mercado ao aliar a inteligência dos números e dados com a inspiração criativa. Assim, não é por acaso que a TEMPO, sempre atenta aos desafios do mercado e comprometida em adotar as melhores práticas de gestão e administração, implementa um Programa de Compliance.

Os números de estudos e pesquisas mostram, de forma inequívoca, as diversas vantagens que um Programa de Compliance proporciona às empresas. E uma agência como a TEMPO, que reconhece a importância estratégica da inteligência dos dados, não poderia deixar de fomentar um ambiente mais íntegro, disseminando a cultura da ética para todos os colaboradores, clientes, parceiros comerciais, fornecedores e concorrentes.

***Diretoria:** pessoas físicas ou jurídicas que sejam sócios, proprietários ou diretores da TEMPO, exercendo poder de gestão sobre seus negócios.*

***Negócio:** atividade econômica explorada pela TEMPO que abrange contratos, bens, serviços e produtos relativos a suas atividades.*

APOIO DA DIRETORIA

Análise de Riscos
Códigos e Políticas
Treinamento e Comunicação
Due Diligence

Controles Internos
Canal de Denúncia
Investigações Internas

Reciclagem de Treinamentos
Sanções

Assim, podem ter certeza de que a cultura de Compliance tem todo o suporte da **Diretoria** da empresa. Contamos com todos para avançarmos nesse desafio de aprofundar em nosso ambiente corporativo práticas e condutas alinhadas com a postura ética e íntegra com que sempre encaramos nosso **negócio**.



A GENTE CONSEGUE FALAR COM A PESSOA CERTA **O Programa, o Objetivo, o Alcance e a Função**

O Programa de Compliance da TEMPO PROPAGANDA é estruturado da seguinte forma: primeiramente, a Diretoria da empresa assegura o total apoio à implantação do Programa de Compliance, garantindo a devida autonomia ao **Gerente de Compliance** e ao **Canal da TEMPO**.

O Programa alcança toda a empresa e todos os públicos internos e externos que se relacionem com ela, tais como sócios, diretores, funcionários, parceiros, prestadores de serviços, clientes, fornecedores, concorrentes, agentes públicos, políticos e pessoas politicamente expostas.

Nesse sentido, o Programa apresenta documentos elaborados a partir de uma análise de riscos realizada especificamente de acordo com as características dos negócios da TEMPO, em relação aos quais todos devem ter ciência e ser treinados.

Os documentos citados são o **Código de Ética e Conduta da Tempo Propaganda** (espinha dorsal do sistema e em relação ao qual TODOS devem ser treinados), o **Código de Fornecedores da Tempo Propaganda** e as demais **Políticas de Compliance da Tempo Propaganda (Relacionamento com Agentes Públicos; Conflitos de Interesses; Brindes e Entretenimento; Doações e Patrocínios)**.

A partir do conhecimento de todos sobre o conteúdo e a abrangência do Programa de Compliance da Tempo, este guiará todas as condutas da TEMPO, inclusive com o monitoramento destas através de controles internos para verificação de que as melhores práticas estão sendo adotadas.

Além dos controles internos, está disponível um canal de comunicação externo e independente que possibilita denúncias anônimas ou sigilosas – se assim o denunciante escolher – que determinarão a devida apuração dos fatos e das condutas indevidas que eventualmente estejam sendo praticadas.

Gerente de Compliance:
profissional responsável pela Coordenação do Programa de Compliance da TEMPO, estando entre suas atribuições:
Gerir o Programa de Compliance como um todo;
Prestar esclarecimentos sobre quaisquer dúvidas relativas às normas internas e políticas, incluindo este Código;
Coordenar as comunicações enviadas por meio do Canal da TEMPO;
Conduzir as investigações internas (desde que não esteja eventualmente envolvido no desvio de conduta denunciado);
Recomendar ao Comitê de Compliance as medidas cabíveis a serem adotadas quando houver infração ao Código de Ética e Conduta da TEMPO ou às suas Políticas de Compliance, ou a procedimentos internos da TEMPO;
Realizar treinamentos periódicos para a Diretoria, Colaboradores e Fornecedores sobre o Programa de Compliance da TEMPO;
Promover a atualização da Matriz de Riscos da TEMPO periodicamente, em prazo não superior a dois anos;
Secretariar as reuniões do Comitê de Compliance.
Código de Ética e Conduta da Tempo Propaganda: *Código que estabelece os princípios, valores e regras da TEMPO em relação aos seus negócios e na relação com seus clientes, colaboradores, fornecedores, parceiros e com a sociedade como um todo.*



Importante destacar que a estrutura do Programa de Compliance compreende o **Comitê de Compliance**, composto por sócios e membros da Diretoria, responsável pela definição das diretrizes gerais do Programa e pela aplicação de sanções em razão de eventuais desvios de conduta ocorridos.

Nessa estrutura, há também o Gerente de Compliance, profissional responsável pela condução e monitoramento do Programa de Compliance da Tempo e por tirar dúvidas e dar orientações a respeito das melhores práticas, bem como auxiliar o Comitê de Compliance na supervisão e atualização do Programa.

Políticas de Compliance da TEMPO:

Regulamentação detalhada de temas que são mencionados no Código Ética e Conduta de forma genérica, como Brindes e Entretenimento, Conflito de Interesses, Relacionamento com Agentes Públicos e Doações e Patrocínios.

Comitê de Compliance:

Órgão colegiado composto por membros da Diretoria e/ou Colaboradores que tem como missão deliberar sobre:

Dúvidas existentes sobre a aplicação do Código de Ética e Conduta da TEMPO;

Aplicação de medidas ou sanções pelo descumprimento do Código de Ética e Conduta da TEMPO;

Revisão e Atualização do Programa de Compliance da TEMPO.



A GENTE CONSEGUE SABER TUDO

Um canal para comunicação de inconformidades

Faz parte do Programa de Compliance da TEMPO um canal de comunicação externo e independente para que qualquer um possa reportar condutas indevidas que tenha presenciado ou tomado ciência: **Canal de Denúncia.**

O Canal de Denúncias é um instrumento relevante para acolher opiniões, críticas, reclamações e denúncias, contribuindo para o combate a fraudes e corrupção e para a efetividade e transparência na comunicação e no relacionamento da organização com as partes interessadas.

No Canal da TEMPO, qualquer pessoa poderá esclarecer dúvidas sobre o Programa de Compliance da Tempo ou denunciar um eventual desvio de conduta praticado por quem atue em nome da TEMPO, sejam sócios, diretores, colaboradores ou mesmo fornecedores.

As denúncias poderão ser feitas de forma sigilosa, garantindo-se o anonimato e a não retaliação ao denunciante de boa-fé.

Recebida a denúncia, o Gerente de Compliance tomará as providências para investigação dos fatos e recomendará ou não uma eventual punição, que será submetida ao **Comitê de Compliance.**

O Canal da Tempo também garantirá a isenção da investigação, na hipótese em que o Gerente de Compliance ou algum membro do Comitê de Compliance seja investigado, assegurando que estes não participarão do processo de apuração dos eventuais desvios de conduta.

Canal da TEMPO: Canal de Comunicação e Denúncias (telefone, web ou e-mail) disponibilizado para membros da Diretoria, colaboradores, fornecedores, parceiros, clientes e sociedade como um todo, que tem como objetivo esclarecer dúvidas sobre o Programa de Compliance da TEMPO e receber denúncias de desvios de conduta do Código de Ética e Conduta da TEMPO.





ACERTANDO NO ALVO

As respostas e punições às inconformidades encontradas

O sucesso do Programa de Compliance depende de que o sistema de Prevenção, Detecção e Correção tenha o devido desfecho, através das respectivas respostas às inconformidades encontradas.

Dessa forma, toda inconformidade deve ter uma consequência proporcional ao seu grau de gravidade.

É papel do Comitê de Compliance determinar, portanto, qual resposta ou sanção cada caso analisado deverá sofrer.

Assim, as condutas mais graves, que tenham potencial de atingir de forma severa a reputação da TEMPO ou que possam acarretar consequências graves aos seus negócios, deverão ser punidas com demissão e, inclusive, se assim for necessário, com o reporte dos fatos às autoridades competentes.

Condutas menos graves, mas que possam impactar na reputação da empresa, poderão ser punidas com a suspensão ou advertência do colaborador.

Inconformidades meramente procedimentais, causadas por desconhecimento ou descuido, poderão ter como consequência a advertência ou a aplicação de treinamentos.

Caso as transgressões sejam realizadas por clientes, parceiros ou fornecedores, os respectivos contratos poderão ser rescindidos imediatamente, a depender da gravidade da ocorrência.

Patrocínio - Pagamento de valores financeiros ou realização de permuta de bens e serviços com o objetivo de auxiliar na produção de um evento ou atividade cultural ou esportiva, que tenha como contrapartida a divulgação da marca, produtos ou serviços da TEMPO, ou outro tipo de benefício.

Doação - Entrega de quantia ou de coisa de valor com finalidade filantrópica, realizada sem expectativa de quaisquer contrapartidas, podendo ser executada em dinheiro ou ainda incluindo bens, mercadorias e serviços. São consideradas donativos as taxas para associação em organizações sociais ou filantrópicas.

Funcionário Público - Toda e qualquer pessoa que exerça, de forma transitória ou permanente, com ou sem remuneração, algum tipo de função, cargo ou emprego público, nomeado ou designado através de contrato, concurso ou mandato. Equipara-se ao funcionário público quem trabalha para empresa prestadora de serviço contratada ou conveniada para execução de atividade típica de Administração Pública, seja ela da administração direta ou indireta.

Pessoas Politicamente Expostas (PPE) - Consideram-se pessoas politicamente expostas os agentes públicos que desempenham ou tenham desempenhado, nos últimos cinco anos, no Brasil ou em países, territórios e dependências estrangeiras, cargos, empregos ou funções públicas relevantes, assim como seus representantes, familiares e estreitos colaboradores.

Agente Político - Toda e qualquer pessoa detentora de cargo eletivo do Executivo ou Legislativo, eleito por mandatos transitórios, além dos Ministros de Estado e Secretários de Unidades da Federação.



DO JEITO CERTO

Como queremos que vocês atuem

O Presente Código de Ética e Conduta é o documento principal do Programa de Compliance da TEMPO PROPAGANDA.

A seguir, esclareceremos os principais valores da empresa e exemplificaremos as condutas que deverão ser seguidas e aquelas que terão que ser evitadas.

Tudo isso baseado na legislação vigente e na análise de riscos minuciosamente elaborada de forma específica para a TEMPO PROPAGANDA.

Do jeito legal

Segue abaixo uma lista descritiva das leis, códigos e normas mais importantes do mercado corporativo e publicitário como um todo. A observância da legislação abaixo é fundamental, sem prejuízo de outras leis e normas que sejam aplicáveis às atividades da TEMPO PROPAGANDA:

- ✓ Lei Federal nº 4.680/65 – Regulamenta a profissão de Publicitário
- ✓ Decreto-Lei nº 2.840/1940 – Código Penal Brasileiro
- ✓ Decreto Federal nº 57.690/66 – Regulamenta os Serviços de Propaganda
- ✓ Código de Ética de Profissionais de Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em 1957 e incorporado à mencionada Lei nº 4.680/65
- ✓ Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e seus Anexos
- ✓ Normas Padrão da Atividade Publicitária (Conselho Consultivo de Publicidade e Propaganda de 16 de dezembro de 1998)
- ✓ Lei Federal nº 8.666/1993
- ✓ Lei 8.078/90 – Código de Defesa do Consumidor
- ✓ Decreto nº 4.563/2002 – Regulamenta os Serviços de Propaganda
- ✓ Lei Federal nº 12.232/2010 – Lei de Licitações para os Serviços de Publicidade por intermédio de Agências de Propaganda
- ✓ Lei Federal nº 12.813/2013 – Lei de Conflito de Interesses
- ✓ Lei Federal nº 12.846/2013 – Lei Anticorrupção
- ✓ Decreto 8.420/2015 – Regulamento da Lei Anticorrupção
- ✓ Lei Federal nº 13.303/2016 – Lei das Estatais

Administração Pública – Pessoa Jurídica de direito público, representada por agentes públicos eleitos, comissionados ou concursados, que tem o poder de contratar o fornecimento de bens ou serviços visando o atendimento do interesse público.

Agente Público – Todo Funcionário Público, Pessoa Politicamente Exposta (PPE) ou Agente Político.



Do jeito ético

Procure sempre atuar de forma ética em tudo que você fizer. Agir com ética é um princípio fundamental da TEMPO PROPAGANDA. Quando surgirem dúvidas a respeito de qual a conduta mais ética a seguir, não hesite em consultar o Canal da Tempo, o Gerente de Compliance ou seu superior hierárquico.

CONFLITO DE INTERESSES

Lembre-se que toda conduta referente à atuação profissional relacionada com a TEMPO tem como objetivo o atingimento dos interesses comerciais da TEMPO, respeitados os princípios, valores e normas que estão presentes neste Código de Ética e Conduta.

Evite, por exemplo, atuar em atividades que tenham um parente ou amigo íntimo numa posição que possa configurar um potencial conflito de interesses; também não convém, enquanto colaborador da TEMPO, atuar ou ser proprietário ou associado de empresa que preste serviços à TEMPO. Caso a situação não possa ser evitada, seja sempre transparente e reporte ao Gerente de Compliance o possível conflito de interesses.

Também é importante atentar que os instrumentos, ferramentas, equipamentos e informações da TEMPO deverão ser sempre utilizados em função dos interesses da TEMPO e de seus clientes.

Conflito de Interesses – Situação que se configura quando o interesse pessoal ou de algum familiar da Diretoria, do Colaborador, do Fornecedor ou do Parceiro Comercial conflita com os interesses ou negócios da TEMPO.

Brindes e Entretenimento – Presentes ou benefícios oferecidos a Agentes Públicos, Clientes, Parceiros ou Fornecedores por parte da TEMPO ou recebidos pelos membros da Diretoria ou Colaboradores da TEMPO, encaminhados por terceiros.

Comitê de Compliance – Órgão colegiado, composto por membros da Diretoria e/ou Colaboradores, que tem como missão deliberar sobre:
Dúvidas existentes sobre a aplicação do Código de Ética e Conduta da TEMPO;
Aplicação de medidas ou sanções pelo descumprimento do Código de Ética e Conduta da TEMPO;
Revisão e Atualização do Programa de Compliance da TEMPO.



BRINDES E ENTRETENIMENTO

Nenhum colaborador da Tempo poderá solicitar brindes ou qualquer espécie de entretenimento a Clientes, Fornecedores ou Parceiros Comerciais.

A TEMPO entende que esse tipo de situação gera conflito de interesses não tolerável para os seus negócios.

Caso algum colaborador da TEMPO solicite brindes ou entretenimento a algum Fornecedor ou Parceiro Comercial da TEMPO, estes devem reportar essa situação ao Canal da TEMPO, ao Gerente de Compliance da TEMPO ou ao Gestor da TEMPO no Contrato.

Brindes ou entretenimento oferecidos por Clientes, Fornecedores ou Parceiros Comerciais aos colaboradores da Tempo devem observar as seguintes limitações:

- ✓ Valor até o limite máximo de R\$ 100,00 (cem reais);
- ✓ Os brindes terão que ser universais e impessoais, sem distinção em relação ao cargo ou função da pessoa para a qual o brinde será oferecido;
- ✓ Os brindes deverão apresentar a logomarca do ofertante;
- ✓ Não poderão ser frequentes para a mesma pessoa;
- ✓ Não poderão, em nenhuma hipótese, ter como objetivo a obtenção de qualquer tipo de vantagem ou facilitação para os negócios da TEMPO.

Brindes ou entretenimento oferecidos aos colaboradores da TEMPO fora dos limites estabelecidos deverão ser entregues ao Gerente de Compliance, que se encarregará, preferencialmente, de devolver para o remetente ou, caso não seja possível, destinar como doação para Entidades de Assistência Social, sem prejuízo de envio de carta para o ofertante reiterando os termos do presente Código de Conduta para Fornecedores.

Quando a TEMPO, institucionalmente, quiser oferecer brindes para Clientes, Fornecedores e Parceiros, o fará da seguinte forma:

- ✓ Valor até o limite máximo de R\$ 100,00 (cem reais);
- ✓ Os brindes terão que ser universais e impessoais, sem distinção em relação ao cargo ou função da pessoa para qual o brinde será oferecido;
- ✓ Os brindes deverão apresentar a logomarca da TEMPO;
- ✓ Não poderão ser frequentes para a mesma pessoa;
- ✓ Não poderão, em nenhuma hipótese, ter como objetivo a obtenção de qualquer tipo de vantagem ou facilitação para os negócios da TEMPO.



É permitido o pagamento de refeições por colaboradores da TEMPO para Clientes, Fornecedores ou Parceiros Comerciais ou vice-versa, desde que estejam dentro do contexto de discussões de trabalho ou projeto relacionado a contrato vigente entre a TEMPO e o terceiro, não sejam acompanhadas de bebida alcoólica, sejam limitadas a R\$ 100,00 (cem reais) por pessoa, seja realizado de forma transparente em horário comercial e não tenha como objetivo obter qualquer vantagem indevida para a TEMPO.

Do jeito honesto

Qualquer tipo de oferta, promessa ou anuência de toda e qualquer **vantagem indevida**, relacionada a funcionário público, agente político e/ou pessoa politicamente exposta ou a terceiros a eles relacionados, é proibida pela legislação e expressamente vedada pela TEMPO PROPAGANDA.

Vantagem indevida – Benefício recebido por pessoas físicas ou jurídicas a ela relacionadas, que não seja decorrente de direitos por elas titulados, podendo ser econômico ou não.

Caso uma solicitação de vantagem indevida seja feita pelas pessoas mencionadas acima, ela não poderá ser atendida e deverá ser reportada com a maior brevidade possível para o superior hierárquico, para o Gerente de Compliance e para o Comitê de Compliance, ou denunciada através do Canal da TEMPO.

Administração Pública – Pessoa Jurídica de direito público representada por agentes públicos eleitos, comissionados ou concursados, que tem o poder de contratar o fornecimento de bens ou serviços visando o atendimento do interesse público.

No âmbito da **Administração Pública**, é preciso atentar para que a execução dos contratos celebrados seja realizada nos exatos termos avençados, sendo que quaisquer alterações eventuais deverão ser formalizadas em comunicações oficiais mediante a celebração do respectivo termo aditivo.

Também é vedada qualquer conduta de colaborador da TEMPO ou, ainda, Fornecedor, Parceiro Comercial ou qualquer outra pessoa física ou jurídica que atue em nome da TEMPO no intuito de obter vantagem ou benefício indevido para a TEMPO, de modo fraudulento, nas modificações ou prorrogações dos contratos celebrados com a Administração Pública.



Quanto aos fornecedores, é importante ressaltar expressamente que não poderão oferecer qualquer tipo de vantagem indevida para Funcionário Público, Agente Político e/ou Pessoa Politicamente Exposta que possa influenciar nos negócios da TEMPO.

Do jeito cuidadoso

O contato dos colaboradores da TEMPO com Agentes Públicos (**Funcionários Públicos, Agentes Políticos e/ou Pessoas Politicamente Expostas**) deve ser orientado exclusivamente pela estrita relação profissional estabelecida entre a TEMPO e a Administração Pública, com a plena observância das normas que regem o contrato, processo, edital ou termo firmado, entre as pessoas jurídicas envolvidas, incluindo as orientações elaboradas pelos órgãos de fiscalização e controle.

Funcionário Público - Toda e qualquer pessoa que exerça, de forma transitória ou permanente, com ou sem remuneração, algum tipo de função, cargo, ou emprego público, nomeado ou designado através de contrato, concurso ou mandato. Equipara-se ao funcionário público quem trabalha para empresa prestadora de serviço contratada ou conveniada para execução de atividade típica de Administração Pública, seja ela da administração direta ou indireta.

Agente Político - Toda e qualquer pessoa detentora de cargo eletivo do executivo ou legislativo, eleito por mandatos transitórios, além dos Ministros de Estado e Secretários de Unidades da Federação.

Pessoas Politicamente Expostas (PPE) - Consideram-se pessoas politicamente expostas os agentes públicos que desempenham ou tenham desempenhado, nos últimos cinco anos, no Brasil ou em países, territórios e dependências estrangeiras, cargos, empregos ou funções públicas relevantes, assim como seus representantes, familiares e estreitos colaboradores.



DOS FORNECEDORES OU PARCEIROS COMERCIAIS

É preciso ressaltar também que a Lei 12.846/2013 estabeleceu que a responsabilidade da empresa no cometimento de ilegalidades é objetiva, ou seja, ela responderá por ilegalidades praticadas por terceiros em seu nome, mesmo que não tenha ciência ou não tenha concorrido diretamente para o fato.

Dessa forma, em relação aos fornecedores, é preciso tomar os seguintes cuidados:

- ✓ Só serão contratados fornecedores que comunguem dos mesmos valores éticos da TEMPO, presentes neste Código de Ética e Conduta. Para tanto, serão assinados termos de ciência e compromisso do Código de Conduta e do Código de Conduta para Fornecedores da TEMPO;
- ✓ Fornecedores que pratiquem ou tenham praticado atos que não estejam de acordo com os valores éticos da TEMPO, ou que infrinjam preceitos estabelecidos neste Código, poderão ter seus vínculos contratuais encerrados a qualquer tempo;
- ✓ A TEMPO dará preferência à contratação de fornecedores que tenham implementado Programas de Compliance, e não contratará com aqueles que estejam inscritos nos Cadastros Nacionais de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e no Cadastro de Entidades Privadas sem Fins Lucrativos Impedidas (CEPIM);
- ✓ É vedado ao fornecedor o oferecimento de qualquer benefício, econômico ou não, para sócios ou colaboradores da TEMPO, com o objetivo obter vantagem ou de influenciar nos seus negócios;
- ✓ Os Fornecedores têm o dever de guardar o sigilo e a confidencialidade das informações da TEMPO e dos seus Clientes, a que tenham acesso em razão dos serviços prestados.

DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

No que diz respeito a **doações** e **patrocínios**, é preciso observar que tais práticas têm elevado risco de serem confundidas como forma de dissimulação de vantagens indevidas.

Nesse sentido, as doações realizadas ou recebidas pela TEMPO não podem ter como objetivo:

- ✓ A obtenção de qualquer tipo de vantagem financeira, ainda que indireta, pela TEMPO;
- ✓ O atendimento de qualquer solicitação feita por Agente Público que tenha interação com os negócios da TEMPO;
- ✓ A obtenção de um contrato ou negócio pela TEMPO.

Patrocínio - Pagamento de valores financeiros ou realização de permuta de bens e serviços com o objetivo de auxiliar na produção de um evento ou atividade cultural ou esportiva, que tenha como contrapartida a divulgação da marca, produtos ou serviços da TEMPO, ou outro tipo de benefício.

Doação - Entrega de quantia ou de coisa de valor com finalidade filantrópica, realizada sem expectativa de quaisquer contrapartidas, podendo ser executada em dinheiro ou ainda incluindo bens, mercadorias e serviços. São considerados donativos as taxas para associação em organizações sociais ou filantrópicas.



A TEMPO não realizará, em nenhuma hipótese, doações político-partidárias.

Em relação aos patrocínios, tanto no papel de patrocinadora quanto no de patrocinada, a TEMPO só patrocinará ou receberá patrocínios em situações em que fique clara e inequívoca a contrapartida estratégica, tanto pela natureza do evento quanto pelo público presente e a respectiva exposição de sua marca.

Do jeito respeitoso

É inerente aos valores éticos da TEMPO promover um ambiente de trabalho adequado, seguro, salubre, que cuide da saúde física e mental e do bem-estar dos seus colaboradores.

Assim, não serão admitidas em relação aos colaboradores:

- ✓ Tratamento discriminatório de qualquer natureza;
- ✓ Qualquer tipo de assédio, inclusive moral ou sexual;
- ✓ Qualquer tipo de intimidação;
- ✓ Condutas inapropriadas em decorrência da personalidade, raça, cor de pele, origem étnica, nacionalidade, posição social, idade, religião, identidade de gênero, orientação sexual, estética pessoal, condição física, mental ou psíquica, estado civil, opinião, convicção política, ou qualquer outro fator de diferenciação individual do colaborador.

Assédio moral: É a exposição de uma pessoa a situações que gerem humilhação, intimidação e exigência acima do esperado para um ambiente de trabalho saudável, durante a jornada ou fora dela.

Assédio Sexual: É o constrangimento induzido ou imposto a uma pessoa, com o objetivo de obtenção de favores sexuais, que pode ocorrer por meio de cantadas e insinuações, podendo se configurar através de gestos, olhares, palavras, chantagens, envio de fotos ou mensagens através de dispositivos eletrônicos, por exemplo.

Cumpra observar também que as redes sociais e as diversas formas de registros eletrônicos e de meios audiovisuais tornaram qualquer pessoa extremamente exposta, expondo também, por consequência, as empresas onde trabalham ou prestam serviço.

Assim, é preciso alertar que a TEMPO não compactuará com manifestações públicas pessoais de colaboradores com opiniões que colidam com os valores éticos da empresa, expressos neste Código.



Do jeito leal

A TEMPO PROPAGANDA acredita no livre mercado e tem como premissa adotar uma postura ética também em relação a seus concorrentes. Nesse sentido, a TEMPO não admitirá que seus Diretores, Colaboradores, Fornecedores, Parceiros Comerciais ou qualquer outra pessoa física ou jurídica que atue em nome da TEMPO pratiquem condutas que fraudem ou frustrem o caráter competitivo de LICITAÇÕES, como por exemplo:

- ✓ Ajuste ou combinação de qualquer natureza de entes privados entre si ou com funcionários públicos ou agentes políticos;
- ✓ Perturbação ou impedimento de qualquer ato de procedimento licitatório público;
- ✓ Criação de pessoas jurídicas de modo fraudulento para participar de licitação ou contrato público;
- ✓ Obtenção de informação privilegiada, ajustes indevidos com os concorrentes ou burla às normas técnicas previstas no edital.

Salvador/BA, em 25 de outubro de 2023.