



# 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

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



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

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

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

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

**Concorrentes:** pessoas 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.



# Política de Conflito de Interesses

**Programa de Integridade**  
Política interna # 2



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.



## O Programa de Compliance da Tempo

O Programa de Compliance da TEMPO PROPAGANDA estrutura-se a partir do Código de Ética e Conduta da TEMPO, do Código de Fornecedores da TEMPO, e das Políticas de Brindes e Entretenimento, de Relacionamento com Agentes Públicos, de Doações e Patrocínios, e da presente **Política de Conflito de Interesses**.

O Programa alcança toda a empresa e todos os públicos internos e externos que se relacionem com ela, tais como colaboradores, parceiros, prestadores de serviços, clientes, fornecedores, concorrentes e agentes públicos.

O objetivo do Programa é sistematizar a cultura da ética e integridade através de orientação, treinamento, monitoramento, controle e respostas às eventuais inconformidades encontradas.

São elementos da estrutura do Programa de Compliance da TEMPO: o Comitê de Compliance, o Gerente de Compliance e o Canal da TEMPO.

A presente **Política de Conflitos de Interesses** irá aprofundar questões relativas ao relacionamento da TEMPO e de seus colaboradores em relação a Conflito de Interesses, de acordo com a legislação aplicável e com os valores éticos da TEMPO, expostos em seu Código de Ética e de Conduta.

## Normas de Conduta para evitar Conflito de Interesses

O Conflito de Interesse ocorre quando um colaborador se confronta com situações em que o interesse pessoal pode se contrapor ao interesse da TEMPO ou influenciar suas decisões.

A presente **Política de Conflito de Interesses** visa deixar mais claro e tratar com mais detalhamento alguns aspectos relacionados com eventuais conflitos de interesses entre colaboradores da TEMPO e suas relações com a própria TEMPO, com colegas, clientes, fornecedores e públicos que se relacionam com a TEMPO em geral.

Quando situações de potenciais conflitos de interesses não puderem ser evitadas, é preciso que sejam comunicadas de forma célere e transparente ao Gerente de Compliance para que este possa orientar o colaborador sobre quais medidas deverão ser adotadas para mitigar a situação.

A seguir, serão apresentadas as práticas que devem ser seguidas e as condutas que não devem ser praticadas, ou devem ser evitadas, de acordo os princípios estabelecidos pelo Código de Ética e Conduta da TEMPO.



### **1 - Supremacia dos Interesses da TEMPO**

- 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 no Código de Ética e Conduta da TEMPO.
- O colaborador precisa evitar, por exemplo, atuar em atividades em que possa beneficiar um parente ou amigo íntimo em razão da sua posição profissional na TEMPO.
- O colaborador da TEMPO também deve evitar ser proprietário ou associado de empresa que preste serviços à TEMPO.
- O colaborador que tiver grau de parentesco com Agente Público que tenha poder de decisão relacionado aos Negócios da TEMPO não poderá participar da gestão do respectivo contrato.
- Caso essas situações não possam ser evitadas, o colaborador deve reportar a situação de potencial conflito de interesses na primeira oportunidade ao Gerente de Compliance
- Caso essas situações não possam ser evitadas, o colaborador deve reportar a situação de potencial conflito de interesses na primeira oportunidade ao Gerente de Compliance.

### **2 - Atividades profissionais paralelas**

- Os colaboradores da TEMPO que não estiverem contratados em regime de dedicação exclusiva, caso venham a desempenhar atividades profissionais paralelas para outras empresas, não poderão atuar para clientes ou concorrentes da TEMPO.
- Quando colaboradores da TEMPO realizarem atividades paralelas aos negócios e atividades da TEMPO, não poderão atuar nas dependências da TEMPO nem utilizar os recursos materiais e intelectuais da TEMPO.

### **3 - Campanhas Eleitorais**

No mercado publicitário nacional é comum que profissionais de comunicação assumam atividades profissionais em campanhas eleitorais, se desligando das agências onde prestam serviços por alguns meses, para retornar após a campanha. Para evitar configuração de algum conflito de interesses, será necessária a observância das seguintes precauções:

- Os colaboradores que quiserem se ausentar durante o período de campanha eleitoral para atuarem profissionalmente na campanha só poderão ser recontratados pela TEMPO após 90 (noventa dias) do momento em que se desvincularam da agência;
- Os colaboradores que quiserem se ausentar durante o período de campanha eleitoral para atuarem profissionalmente na campanha não poderão atuar para candidato que concorra para cargo que tenha relação direta com algum contrato que a TEMPO tenha celebrado com Cliente Público. Exemplo: a agência tem como Cliente Público uma Prefeitura e o colaborador pretende atuar na campanha eleitoral de candidato a prefeito daquela Prefeitura.
- É recomendável que os colaboradores que quiserem se ausentar durante o período de campanha eleitoral para atuarem profissionalmente na campanha atuem para candidaturas de cargos em municípios diversos daquele onde estão lotados como colaboradores da TEMPO.
- Não é permitido realizar serviços ou atuar em qualquer atividade relacionada com campanha eleitoral nas dependências da TEMPO, salvo nos casos das campanhas em que a própria agência esteja legalmente contratada para atuar.



- A TEMPO não poderá ser contratada para atuar em campanhas eleitorais de candidatos que tenham feito parte dos quadros de órgão da Administração Pública em relação à qual a TEMPO tenha um contrato público, no período de vigência do contrato.

#### **4 - Subordinação com relação de parentesco**

- Não será permitido que colaboradores que tenham relação de parentesco atuem com relação de subordinação na mesma área de atividade da TEMPO.
- Caso não seja possível evitar a situação de subordinação entre colaboradores com relação de parentesco, o Gerente de Compliance submeterá a questão para o Comitê de Compliance para que este estabeleça as medidas mitigadoras para evitar o conflito de interesses.

#### **5 - Relacionamentos afetivos**

- Colaboradores casados, que namorem ou que mantenham relacionamento íntimo entre si não devem trabalhar em posição de subordinação direta um em relação ao outro, pois tal situação pode configurar conflito de interesses.
- Na hipótese em que o casamento, namoro ou relacionamento íntimo venha a acontecer após a existência de relação de subordinação direta entre os colaboradores, estes devem relatar a situação para o Gerente de Compliance, que deverá submeter ao Comitê de Compliance para deliberação sobre a possibilidade de modificação do setor de um dos colaboradores envolvidos, a fim de cessar a subordinação hierárquica entre eles.

#### **6 - Dúvidas a respeito de Conflitos de Interesses**

É possível que, mesmo tomando todas as precauções acima mencionadas, conflitos de interesses venham a ocorrer.

Nesse sentido, colaboradores devem sempre consultar o Gerente de Compliance quando surgirem dúvidas ou forem necessários esclarecimentos a respeito de situações de potenciais conflitos de interesse.

A existência de um conflito de interesses, por si só, não constitui, necessariamente, violação ao Código de Ética e de Conduta da TEMPO, desde que sua ocorrência seja devidamente informada na primeira oportunidade, de forma clara e transparente, para o Gerente de Compliance.

#### **7 - Penalidades**

- A não observância dos procedimentos desta Política, por parte dos Colaboradores, será examinada pelo Comitê, que poderá sujeitar o infrator a sanções disciplinares adequadas, de acordo com as regras internas, sem prejuízo de a Tempo adotar eventuais medidas civis e penais cabíveis, conforme o caso.
- Com relação a terceiros, o descumprimento desta Política ou da Legislação aplicável poderá ensejar a imediata rescisão contratual, com aplicação das penalidades decorrentes da rescisão, sem prejuízo de ação indenizatória e outras providências legais cabíveis.

#### **8 - Reporte e Dúvidas**

- Constitui responsabilidade de todos os colaboradores e terceiros garantir o cumprimento desta Política. Indícios de descumprimento ou dúvidas acerca do cumprimento desta política ou do Código de Conduta poderão ser reportados ao gestor imediato do colaborador, ao Comitê ou por meio de um dos Canais de Comunicação disponíveis.



- A Tempo não tolera qualquer retaliação contra qualquer pessoa, interna ou externa, que comunique de boa-fé uma violação ou suspeita de violação a esta Política ou ao seu Código de Conduta, sendo garantida a confidencialidade acerca da identidade de qualquer pessoa que comunicar eventual violação. A prática de retaliação é sujeita a medidas disciplinares que podem resultar, inclusive, no desligamento do colaborador da Tempo ou encerramento de um contrato, conforme o caso.

#### Atribuições e Responsabilidades

<b>Comitê de Compliance</b>	<b>Gestor de Compliance</b>	<b>Diretoria</b>
Dirimir dúvidas sobre questões relacionadas a conflitos de interesse, propor melhorias, ações corretivas e preventivas a fim de garantir a efetividade dessa política.	Monitorar a efetividade desta política, sinalizar à diretoria situações de potencial conflito de interesse.	Disseminar e aplicar esta política, definir as estratégias de atuação da empresa, avaliar e decidir sobre eventuais situações de potencial conflito de interesses.

#### Um canal para comunicação de inconformidades

O Canal da TEMPO é parte integrante do Programa de Compliance da TEMPO.

Trata-se de um canal de comunicação externo e independente para que qualquer pessoa possa reportar, de forma identificada, sigilosa ou anônima, condutas indevidas que eventualmente tenha presenciado ou tomado ciência.

Uma vez realizada uma denúncia, o Gerente de Compliance tomará as devidas providências relativas à investigação interna e formulação de resposta (treinamento ou punição), cuja decisão final será do Comitê de Compliance.

Não haverá qualquer tipo de retaliação contra os denunciantes de boa-fé.

#### Respostas às inconformidades

Toda inconformidade encontrada nas atividades relativas aos negócios da TEMPO necessita de uma resposta correspondente, proporcional ao seu grau de gravidade.

É papel do Comitê de Compliance determinar qual resposta cada caso analisado deverá receber.

As condutas mais graves, que serão aquelas com potencial alto de atingir de forma severa a reputação da empresa, ou que possam acarretar o descumprimento da legislação, deverão ser punidas com demissão. A depender da gravidade e da característica da conduta, pode ser necessário o reporte dos fatos às autoridades competentes.

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

Inconformidades meramente procedimentais, causadas por desconhecimento ou descuido, poderão ter como c



# Política de Doações e Patrocínios

**Programa de Integridade**  
**Política interna # 3**



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.



## O Programa de Compliance da Tempo

O Programa de Compliance da TEMPO PROPAGANDA estrutura-se a partir do Código de Ética e Conduta, do Código de Fornecedores, e das Políticas de Brindes e Entretenimento, de Conflito de Interesses, de Relacionamento com Agentes Públicos e da presente **Política de Doações e Patrocínios**.

O Programa alcança toda a empresa e todos os públicos internos e externos que se relacionem com ela, tais como colaboradores, parceiros, prestadores de serviços, clientes, fornecedores, concorrentes e agentes públicos.

O objetivo do Programa é sistematizar a cultura da ética e integridade através de orientação, treinamento, monitoramento, controle e respostas às eventuais inconformidades encontradas.

São elementos da estrutura do Programa de Compliance da TEMPO: o Comitê de Compliance, o Gerente de Compliance e o Canal da TEMPO.

A presente **Política de Doações e Patrocínios** irá aprofundar questões relativas ao relacionamento da TEMPO e de seus colaboradores com Agentes Públicos, de acordo com a legislação aplicável e com os valores éticos da TEMPO, expostos em seu Código de Ética e de Conduta.

## Normas de Conduta para Doações e Patrocínios

A presente **Política de Doações e Patrocínios** irá orientar colaboradores da TEMPO quanto ao modo como devem proceder no que diz respeito à realização de Doações ou Patrocínios, tendo como base o Programa de Compliance da TEMPO e os valores éticos descritos no Código de Conduta da TEMPO.

Para fins dessa Política, faz-se necessário conhecer os seguintes conceitos e abreviaturas:

<b>Doações</b>	Ato em que uma pessoa física ou jurídica transfere a outra recursos financeiros, serviços e/ou bens, em caráter gratuito.
<b>Patrocínios</b>	Contribuição financeira ou não para apoio a eventos, programas, obras, ações, atividades e/ou projetos de terceiros, mediante a fruição de contrapartidas pelo patrocinador (tais como: veiculação da marca, ingressos para o evento, espaço para ações/promoções, entre outros).



Nesse sentido, deve-se seguir as orientações abaixo:

### **1- Doações e Patrocínios em relação aos Negócios**

- As doações e patrocínios realizados pela TEMPO não poderão ter como objetivo a obtenção de benefício ou vantagem indevida para seus negócios.
- As doações realizadas pela TEMPO devem ter caráter meramente filantrópico, sendo permitido, apenas, que sejam mencionadas em campanhas de comunicação institucional da agência, como forma de ressaltar os valores, princípios e propósitos da TEMPO.
- Os patrocínios só poderão ser realizados por parte da TEMPO quando houver alguma contrapartida em relação à divulgação da marca, produtos ou serviços da TEMPO, perante potenciais clientes, fornecedores, parceiros e comunidade em geral.

### **2- Doações e Atividades Político-Partidárias**

- Não é permitida a realização de doações político-partidárias de qualquer espécie por parte da TEMPO, mesmo que venham a ser efetuadas na forma de bens ou serviços.
- É vedado aos colaboradores da TEMPO utilizar os recursos da TEMPO para participação em atividades político-partidárias.
- Para participar de campanhas eleitorais, será necessária a desvinculação formal do Sócio ou colaborador da TEMPO em relação à agência, só podendo ser reintegrado após 90 (noventa) dias da data em que tenha se desvinculado.

### **3- Verificações Prévias para Doações e Patrocínios**

- A TEMPO deverá realizar verificações prévias antes de realizar Doações e Patrocínios nos seguintes termos:
- A TEMPO não poderá realizar Doações a entidades sem fins lucrativos que estejam impedidas de contratar com o poder público em razão de registro no CEPIM (Cadastro Nacional de Entidades Privadas sem Fins Lucrativos).
- A TEMPO não poderá realizar Doações ou Patrocínios a entidades sem fins lucrativos ou a quaisquer pessoas jurídicas de direito público ou privado que tenham em sua direção ou no quadro societário Agentes Públicos que tenham interação com os negócios da TEMPO.
- Patrocínios recebidos pela TEMPO:  
Colaboradores da TEMPO não poderão solicitar Patrocínios para Clientes, Fornecedores ou Parceiros para realização de eventos internos em que não haja a participação de outros públicos que justifiquem a contrapartida de uso da marca dos patrocinadores.



#### 4- Autorização do Comitê de Compliance

- Todas as Doações realizadas e todos os Patrocínios efetuados ou recebidos deverão ter prévia anuência do Comitê de Compliance da TEMPO.

#### 5 – Penalidades

- A não observância dos procedimentos desta Política por parte dos colaboradores será examinada pelo Comitê, que poderá sujeitar o infrator a sanções disciplinares adequadas, de acordo com as regras internas, sem prejuízo de a Tempo adotar eventuais medidas civis e penais cabíveis, conforme o caso.
- Com relação a Terceiros, o descumprimento desta Política ou da Legislação aplicável poderá ensejar a imediata rescisão contratual, com aplicação das penalidades decorrentes da rescisão, sem prejuízo de ação indenizatória e outras providências legais cabíveis.

#### 6 - Reporte e Dúvidas

- Constitui responsabilidade de todos os colaboradores e Terceiros garantir o cumprimento desta Política. Indícios de descumprimento ou dúvidas acerca do cumprimento desta política ou do Código de Conduta poderão ser reportados ao gestor imediato do colaborador, ao Comitê ou por meio de um dos Canais de Comunicação disponíveis.
- A Tempo não tolera qualquer retaliação contra qualquer pessoa, interna ou externa, que comunique de boa-fé uma violação ou suspeita de violação a esta Política ou ao seu Código de Conduta, sendo garantida a confidencialidade acerca da identidade de qualquer pessoa que comunicar eventual violação. A prática de retaliação é sujeita a medidas disciplinares que podem resultar, inclusive, no desligamento do colaborador da Tempo ou encerramento de um contrato, conforme o caso.

#### Atribuições e Responsabilidades

Comitê de Compliance	Gestor de Compliance	Diretoria	Colaboradores
Dirimir dúvidas sobre questões relacionadas às doações e patrocínios; propor melhorias, ações corretivas e preventivas a fim de garantir a efetividade desta política.	Monitorar a efetividade desta política e auxiliar a Diretoria na tomada de decisões referentes à doação/patrocínio.	Avaliar e aprovar as solicitações de doações e patrocínios.	Encaminhar solicitações de doações e patrocínios à Diretoria, em cópia para o Gestor de Compliance.



## **Um canal para comunicação de inconformidades**

O Canal da TEMPO é parte integrante do Programa de Compliance da TEMPO.

Trata-se de um canal de comunicação externo e independente para que qualquer pessoa possa reportar, de forma identificada, sigilosa ou anônima, condutas indevidas que eventualmente tenha presenciado ou tomado ciência.

Uma vez realizada uma denúncia, o Gerente de Compliance tomará as devidas providências relativas à investigação interna e formulação de resposta (treinamento ou punição), cuja decisão final será do Comitê de Compliance.

Não haverá qualquer tipo de retaliação contra os denunciantes de boa-fé.

## **Respostas às inconformidades**

Toda inconformidade encontrada nas atividades relativas aos negócios da TEMPO necessita de uma resposta correspondente, proporcional ao seu grau de gravidade.

É papel do Comitê de Compliance determinar qual resposta cada caso analisado deverá receber.

As condutas mais graves, que serão aquelas com potencial alto de atingir de forma severa a reputação da empresa, ou que possam acarretar o descumprimento da legislação, deverão ser punidas com demissão. A depender da gravidade e da característica da conduta, pode ser necessário o reporte dos fatos às autoridades competentes.

Condutas menos graves, mas que possam manchar a 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 aplic



# Política de Brindes e Entretenimento

## Programa de Integridade

### Política interna # 1



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.



## O Programa de Compliance da Tempo

O Programa de Compliance da TEMPO PROPAGANDA estrutura-se a partir do Código de Ética e Conduta, do Código de Fornecedores, e das Políticas de Conflito de Interesses, de Relacionamento com Agentes Públicos, de Doações e Patrocínios, e a presente **Política de Brindes e Entretenimento**.

O Programa alcança toda a empresa e todos os públicos internos e externos que se relacionem com ela, tais como colaboradores, parceiros, prestadores de serviços, clientes, fornecedores, concorrentes e agentes públicos.

O objetivo do Programa é sistematizar a cultura da ética e integridade através de orientação, treinamento, monitoramento, controle e respostas às eventuais inconformidades encontradas.

São elementos da estrutura do Programa de Compliance da TEMPO: o Comitê de Compliance, o Gerente de Compliance e o Canal da TEMPO.

A presente **Política de Brindes e Entretenimento** irá aprofundar questões relativas ao recebimento, oferta e solicitação de brindes e entretenimento de acordo com a legislação aplicável e com os valores éticos da TEMPO, expostos em seu Código de Ética e de Conduta.

### OBJETIVO



- Definir critérios para fins de concessão e recebimento de brindes e hospitalidades.

### ABRANGÊNCIA



- Diretoria, sócios e todos os colaboradores da Tempo Propaganda

### LIMITES



- Os brindes e Entretenimento não devem exceder valor de R\$ 200,00. *Caso exceda o limite e não seja possível devolvê-lo, por questões culturais ou de relacionamento, o item deve ser encaminhado para o Comitê de Compliance, que definirá sua destinação.*



## **Normas de Conduta para recebimento de Brindes e Entretenimento**

A presente **Política de Brindes e Entretenimento** tem como objetivo orientar os colaboradores da TEMPO quanto à oferta, solicitação e recebimento de Brindes e Entretenimento.

No mercado publicitário existe a cultura de oferta de envio de Brindes e Entretenimento nas relações entre agências, clientes e fornecedores. Nesse contexto, os colaboradores da TEMPO são constantemente alvos de ofertas e envios de Brindes e Entretenimento.

Para fins dessa Política, faz-se necessário conhecer os seguintes conceitos e abreviaturas:

<b>Brindes</b>	Itens sem valor comercial ou com valor de mercado abaixo de R\$ 200,00 (duzentos reais), distribuídos ou recebidos a título de cortesia, propaganda, divulgação habitual ou por ocasião de eventos ou datas comemorativas de caráter histórico ou cultural, que seja de caráter geral e, portanto, não se destine a agradecer exclusivamente uma pessoa e que contenha o logotipo da Tempo Propaganda ou da pessoa jurídica que concedeu o brinde ao colaborador da TEMPO, a exemplo de agendas, calendários, chaveiros, pen drives, canetas, entre outros.
<b>Entretenimento</b>	Atividades ou eventos que tenham como principal fim proporcionar lazer aos seus participantes, tais como festas, shows, eventos esportivos, refeições, entre outros.
<b>Hospitalidade</b>	Deslocamentos (aéreos, marítimos e/ou terrestres, etc.), hospedagens, alimentação e receptivos, relacionados ou não a atividades de negócios. A hospitalidade de caráter exclusivo de turismo ou lazer é considerada Presente.
<b>Presentes</b>	Objetos ou serviços, de uso ou consumo pessoal, que possuem valor comercial e que não se enquadram na definição de Brindes.



A seguir serão apresentadas práticas que deverão ser seguidas e condutas que não poderão ser praticadas a respeito da oferta, solicitação e recebimento de Brindes, Entretenimento, Hospitalidade e Presentes.

### **1 - Oferecimento por parte da Tempo Propaganda para Clientes, Parceiros, Fornecedores e Agentes Públicos**

- Quando a Tempo Propaganda, institucionalmente, quiser oferecer Brindes para Clientes, Fornecedores e Parceiros, o fará da seguinte forma:
  - Valor até o limite máximo de R\$ 200,00 (duzentos 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 da Tempo Propaganda;
  - Não podem 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 Propaganda.
- Não é permitido o oferecimento de valores em espécie, ou na forma de vouchers ou vales-presentes.
- Os brindes deverão ser distribuídos de forma generalizada, a título de cortesia, com o objetivo de propagar a marca da Tempo Propaganda, por ocasião de eventos especiais ou datas comemorativas.
- Caso mais de um brinde seja destinado a uma mesma pessoa em um intervalo inferior a 12 meses, os valores somados não poderão ultrapassar o valor de R\$ 200,00 (duzentos reais), neste intervalo.
- Os brindes não podem visar a influência específica em algum negócio da TEMPO.

### **2 - Oferecimento de Brindes e Entretenimento para Sócios e Colaboradores da Tempo Propaganda por Clientes, Fornecedores e Parceiros.**

- Em relação a Brindes e Entretenimento oferecidos por Clientes, Fornecedores ou Parceiros Comerciais, seu recebimento pelos colaboradores da Tempo Propaganda está condicionado aos seguintes critérios:
  - 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 e Entretenimento que não estiverem de acordo com os parâmetros acima definidos não deverão ser recebidos pelos colaboradores da TEMPO.
- Ocorrendo o envio de Brindes e Entretenimento em desacordo com as condições estabelecidas, os Brindes e Entretenimento 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.



- Os colaboradores deverão informar ao Gerente de Compliance os Brindes ou Entretenimento recebidos, mediante o preenchimento de formulário próprio, enviando ainda para o Gerente de Compliance os eventuais Brindes ou Entretenimento recebidos em desacordo com as normas estabelecidas.
- A TEMPO promoverá comunicação aos seus Clientes, Fornecedores e Parceiros sobre a presente Política de Brindes e Entretenimento.
- É vedada a solicitação de Brindes e Entretenimento por colaboradores da Tempo Propaganda a Clientes, Fornecedores e Parceiros.

### **3 - Viagens e Hospitalidade**

- A TEMPO só poderá arcar com custos de Viagens ou de Hospitalidade de terceiros se as seguintes condições estiverem atendidas:
  - A Viagem ou Hospitalidade estiver relacionada com alguma atividade específica da Tempo Propaganda, cuja viagem ou hospitalidade seja imprescindível para seu desempenho;
  - A atividade mencionada acima esteja vinculada à execução de um negócio da Tempo Propaganda.
- Os gastos com Viagens e Hospitalidade de terceiros, se exceder o valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais), terão que ter anuência prévia do Gerente de Compliance.
- Salvo disposição expressa em contrato com Cliente Público, não será permitido que a Tempo Propaganda arque com custos de Viagens e Hospitalidade de Agentes Públicos.
- Quanto à possibilidade de Diretores e Colaboradores terem suas viagens ou hospitalidade custeadas por Clientes, Fornecedores ou Parceiros, esta prática só será permitida caso esteja vinculada a atividade específica de trabalho e com previsão contratual entre a Tempo Propaganda e aquele que arcará com os custos.
- É vedado que Clientes, Fornecedores ou Parceiros se responsabilizem por custos de Viagens e Hospitalidade de colaboradores da Tempo Propaganda para participação em Congressos, Seminários, Eventos Corporativos e encontros afins.
- O Gerente de Compliance deverá autorizar quando colaboradores tiverem suas despesas com Viagens e Hospitalidade custeadas por Clientes, Fornecedores ou Parceiros.
- O Gerente de Compliance deverá ser sempre consultado quando houver dúvidas sobre a adequação ou não de práticas relacionadas à presente Política de Brindes, Entretenimento e Viagens.

### **4 – Refeições**

- No que se refere ao pagamento de refeições, os colaboradores da Tempo Propaganda só poderão aceitar que Clientes, Fornecedores e Parceiros arquem com seus custos quando as refeições ocorrerem em horário comercial e estejam relacionadas à realização de algum trabalho específico, de forma que não seja configurada uma situação de influência para obtenção de vantagens indevidas.
- Colaboradores da TEMPO só poderão oferecer o pagamento de refeições a Clientes, Fornecedores e Parceiros casos as mesmas condições acima descritas sejam atendidas.



- De qualquer forma, as contas de refeições deverão obedecer ao valor máximo de R\$ 100,00 (cem reais) por pessoa.

## 5 – Penalidades

- A não observância dos procedimentos desta Política por parte dos colaboradores será examinada pelo Comitê, que poderá sujeitar o infrator a sanções disciplinares adequadas, de acordo com as regras internas, sem prejuízo de a Tempo adotar eventuais medidas civis e penais cabíveis, conforme o caso.
- Com relação a terceiros, o descumprimento desta Política ou da Legislação aplicável poderá ensejar a imediata rescisão contratual, com aplicação das penalidades decorrentes da rescisão, sem prejuízo de ação indenizatória e outras providências legais cabíveis.

## 6 - Reporte e Dúvidas

- Constitui responsabilidade de todos os colaboradores e terceiros garantir o cumprimento desta Política. Indícios de descumprimento ou dúvidas acerca do cumprimento desta política ou do Código de Conduta poderão ser reportados ao gestor imediato do colaborador, ao Comitê ou por meio de um dos Canais de Comunicação disponíveis.
- A Tempo não tolera qualquer retaliação contra qualquer pessoa, interna ou externa, que comunique de boa-fé uma violação ou suspeita de violação a esta Política ou ao seu Código de Conduta, sendo garantida a confidencialidade acerca da identidade de qualquer pessoa que comunicar eventual violação. A prática de retaliação é sujeita a medidas disciplinares que podem resultar, inclusive, no desligamento do colaborador da Tempo ou encerramento de um contrato, conforme o caso.

### Atribuições e Responsabilidades

Comitê de Compliance	Gestor de Compliance	Diretoria	Colaboradores
Dar tratamento adequado às concessões ou recebimento de presentes ou hospitalidades fora dos limites estabelecidos nesta política, dirimir dúvidas sobre questões relacionadas a recebimento e concessão de presentes, brindes e hospitalidades.	Definir a destinação dos presentes, brindes e hospitalidades que não forem passíveis de recusa.	Disseminar e aplicar esta política, avaliar os impactos da concessão ou recebimento de presentes, brindes ou hospitalidades, decidindo, em conjunto com o Gestor de Compliance.	Reportar o recebimento, recusar ou encaminhar para avaliação do Comitê de Compliance os brindes, presentes e entretenimento recebidos de qualquer terceiro, solicitar aprovação prévia para a concessão de brindes.



### **Comunicação de inconformidades**

O Canal da TEMPO é parte integrante do Programa de Compliance da Tempo Propaganda.

Trata-se de um canal de comunicação externo e independente para que qualquer pessoa possa reportar, de forma identificada, sigilosa ou anônima, condutas indevidas que eventualmente tenha presenciado ou tomado ciência.

Uma vez realizada uma denúncia, o Gerente de Compliance tomará as devidas providências relativas à investigação interna e formulação de resposta (treinamento ou punição), cuja decisão final será do Comitê de Compliance.

### **Respostas às inconformidades**

Toda inconformidade encontrada nas atividades relativas aos negócios da TEMPO necessita de uma resposta correspondente, proporcional ao seu grau de gravidade.

É papel do Comitê de Compliance determinar qual resposta cada caso analisado deverá receber.

As condutas mais graves, que serão aquelas com potencial alto de atingir de forma severa a reputação da empresa, ou que possam acarretar o descumprimento da legislação, deverão ser punidas com demissão. A depender da gravidade e da característica da conduta, pode ser necessário o reporte dos fatos às autoridades competentes.

Condutas menos graves, mas que possam manchar a 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 aplicação de treinamentos.