

# Código de Ética e Conduta para Fornecedores



## SUMÁRIO

A ALLIANCE COMUNICAÇÃO	04
1. INTRODUÇÃO	05
1.1 OBJETIVO	05
1.2 A QUEM SE DESTINA	05
1.3 COMPROMISSO COM A ÉTICA	05
2. PRÁTICAS DE SEGURANÇA E CONDIÇÕES DE TRABALHO	06
3. CONFIDENCIALIDADE DAS INFORMAÇÕES	07
4. PRINCÍPIOS ANTICORRUPÇÃO	08
5. OFERTA DE PRESENTES E BRINDES	09
6. CONFLITO DE INTERESSES	09
7. MEIO AMBIENTE	09
8. PROMOÇÃO DA ÉTICA	10
9. ACESSO ÀS INSTALAÇÕES DA ALLIANCE COMUNICAÇÃO	10
10. AUDITORIA E RESCISÃO DE CONTRATO	10
11. LINHA ÉTICA	11
ANEXO	12

O conteúdo deste documento é propriedade da ALLIANCE COMUNICAÇÃO e é destinado para uso e divulgação INTERNOS. Não pode ser reproduzido, armazenado ou transmitido, em qualquer formato ou por quaisquer meios, sejam eletrônicos ou mecânicos, sem prévia autorização formal da ALLIANCE COMUNICAÇÃO.

**Abril 2019**

## A ALLIANCE COMUNICAÇÃO

No mercado há 13 anos, a ALLIANCE COMUNICAÇÃO sempre trabalhou pautada em uma comunicação ética e transparente, em busca de novos caminhos para conquistar o respeito do consumidor e proporcionar novas experiências.

Nessa jornada, percebemos quanto o Brasil e o mundo mudaram, e quanto ainda precisam mudar. Hoje, a crise de valores é sentida em todas as classes e segmentos, inclusive nas empresas. Diante desta nova realidade, o marketing e a comunicação também se transformaram. Novos valores foram incorporados em suas mensagens: respeito às diferenças, solidariedade, transparência, interdependência, respeito ao outro e ao meio ambiente. Novas experiências foram proporcionadas para tocar o lado espiritual, produzindo, assim, mais confiança e respeito do seu consumidor e da sociedade.

Compreender as particularidades, complexidades e influências desse novo cenário é uma questão vital para as marcas. Entender como esse universo vem modificando o dia a dia e a maneira como as pessoas interagem com as marcas, impacta diretamente no planejamento de marketing das empresas.

Uma nova era está nascendo, como um momento que exige coragem das marcas para revisar alguns paradigmas, questionar hierarquias, ampliar os horizontes e reavaliar as suas relações em um movimento em direção ao futuro.

Fazemos mais do que publicidade, buscamos e criamos relevância para marcas, serviços e produtos, diante de um público mais conectado, participativo, crítico e com maior poder de influência.

## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1 OBJETIVO

A reputação da ALLIANCE COMUNICAÇÃO é resultado de um processo coletivo, erguido com dedicação e trabalho árduo. Portanto, todos os seus contratados são responsáveis pela preservação e melhoria da imagem de confiança e credibilidade alcançada pela Empresa ao longo dos anos, com a visão de ajudar a construir um futuro melhor para os clientes, colaboradores, prestadores de serviços e comunidade em que atua.

Este Código de Ética e Conduta (de agora em diante, o “Código”) reflete os valores e princípios da ALLIANCE COMUNICAÇÃO, bem como demonstra seu comprometimento pela adoção de boas práticas de governança corporativa e pelos mais altos padrões de conduta ética. Ele reúne os princípios que orientam sua atuação profissional e que poderão a partir de agora ser facilmente consultados e compartilhados com todos os seus colaboradores e parceiros comerciais.

### 1.2 A QUEM SE DESTINA

Este código abrange todos os fornecedores e parceiros de negócio da ALLIANCE COMUNICAÇÃO. A Agência espera que seus fornecedores estendam as diretrizes deste Código por toda sua cadeia de valor, ou seja, clientes, parceiros, fornecedores de matérias-primas e prestadores de serviços, direta ou indiretamente, vinculados às atividades da empresa.

### 1.3 COMPROMISSO COM A ÉTICA

Todos os fornecedores deverão proceder de forma transparente e com estrita observância às leis vigentes, códigos, regras e regulamentos aplicáveis, se opondo a atos de corrupção, concorrência desleal e lavagem de dinheiro. Dessa forma, a ALLIANCE COMUNICAÇÃO espera que os seus fornecedores:

- Tratem todos de forma justa, com dignidade e respeito;
- Divulguem informações financeiras precisas e honestas;
- Não se coloquem em situação em que venham a criar conflitos de interesse;
- Deem e recebam presentes respeitando os propósitos corretos e limites definidos neste Código de Ética e Conduta;
- Salvaguardem o patrimônio e os bens da ALLIANCE COMUNICAÇÃO;
- Protejam as informações proprietárias e confidenciais;
- Respeitem a propriedade intelectual e outros direitos similares da ALLIANCE COMUNICAÇÃO;
- Não utilizem subcontratados ou terceiros para evitar exigências legais e/ou contratuais;
- Protejam a reputação da ALLIANCE COMUNICAÇÃO;
- Relatem qualquer violação dos padrões éticos e legais;
- Não possuam histórico negativo no CEIS (Cadastro de Empresas Idôneas e Suspensas).

Em caso de conflitos entre os padrões definidos em leis, códigos, regras e regulamentos, os fornecedores devem sempre seguir essa orientação geral:

Seja qual for o padrão mais conservador, esse é o que deve ser seguido. Assim, se uma Lei local entra em conflito com o Código de Ética e Conduta, seguimos a Lei. Em contraposição, se uma prática comercial local entra em conflito com nosso Código, seguimos o Código. Ainda não tem certeza? Não hesite em pedir orientação.

## 2. PRÁTICAS DE SEGURANÇA E CONDIÇÕES DE TRABALHO

Os produtos e serviços devem ser oferecidos à ALLIANCE COMUNICAÇÃO com qualidade, de acordo com os padrões nacionais e internacionais aplicáveis, e respeitando os padrões negociados e definidos em contrato de fornecimento/pedido de compra.

Deverá ser assegurado que:

- Os veículos, equipamentos, ferramentas, instrumentos, etc. utilizados por seus profissionais durante a prestação dos serviços à ALLIANCE COMUNICAÇÃO estejam em perfeitas condições de uso e funcionamento, de acordo com as normas nacionais e internacionais de segurança.
- Os serviços contratados devem ser prestados por mão de obra devidamente qualificada e treinada para a prestação do serviço e para a identificação de riscos e prevenção de acidentes de trabalho.

### CONDIÇÕES DE TRABALHO

Os fornecedores devem proporcionar aos seus colaboradores condições seguras e saudáveis de trabalho. Equipamentos de Proteção Individual (EPI) devem ser disponibilizados pelos fornecedores a seus funcionários, sempre que necessário, e estar em perfeitas condições de uso de acordo com as exigências da regulamentação nacional e internacional aplicável ou exigências contratuais específicas. Nenhuma tarefa poderá ser executada nas nossas instalações sem as condições de segurança indicadas pela ALLIANCE COMUNICAÇÃO.

É importante que os fornecedores da Agência realizem revisões regulares das condições de saúde e segurança em suas instalações/equipamentos e que tomem ações corretivas pertinentes, quando houver a apresentação de riscos ergonômicos, físicos, biológicos, químicos e de acidentes.

Para garantir a integridade no ambiente de trabalho e segurança não será permitida a permanência do profissional que esteja sob o efeito de álcool, drogas ilícitas ou portando qualquer tipo de arma, exceto, neste último caso, quando no uso de suas atribuições legais.

### RESPEITAR AS LEIS TRABALHISTAS VIGENTES RELACIONADAS A:

**Trabalho Infantil:** Não empregar e/ou não utilizar, mão de obra infantil, bem como também não contratar e/ou manter relações com empresas que utilizem, explorem e/ou por qualquer meio ou forma empreguem o trabalho infantil.

**Trabalho Forçado:** Não empregar e/ou não utilizar trabalho forçado, escravo, análogo ou qualquer tipo de trabalho irregular, bem como também não contratar e/ou manter relações com empresas que utilizem, explorem e/ou por qualquer meio ou forma empreguem o trabalho forçado, escravo, análogo ao escravo ou qualquer tipo de trabalho irregular.

**Horas de Trabalho e Salário:** Observar as leis e regras aplicáveis e padrões com relação às horas de trabalho, incluindo as horas extras. Os colaboradores dos fornecedores deverão receber salários que estejam de acordo com o piso da categoria específica, respeitando-se o mínimo determinado pelo governo.

**Recolhimento de todos os encargos e cumprimento das obrigações trabalhistas:** Todos os nossos fornecedores devem estar regulares com as suas obrigações trabalhistas, sociais e em dia com as obrigações acessórias inerentes à relação de trabalho com seus colaboradores.

### ASSÉDIO E NÃO DISCRIMINAÇÃO

O assédio moral e/ou sexual, o abuso de poder, a intimidação, a falta de respeito e consideração ou qualquer outro tipo de agressão física ou verbal não serão permitidos nem tolerados pela ALLIANCE COMUNICAÇÃO. Isto inclui ameaças verbais ou qualquer expressão de hostilidade, intimidação, agressão ou trotes.

É princípio básico de atuação na ALLIANCE COMUNICAÇÃO proporcionar as mesmas oportunidades no acesso ao trabalho e na promoção profissional. A ALLIANCE COMUNICAÇÃO não tolera qualquer manifestação de discriminação em virtude de sexo ou orientação sexual, raça, nacionalidade, religião, origem, estado civil ou condição social, deficiência física ou mental, bem como qualquer outro tipo de discriminação que possa vir a constranger a dignidade da pessoa.

## 3. CONFIDENCIALIDADE DAS INFORMAÇÕES

Os fornecedores devem manter a confidencialidade de todas as informações da ALLIANCE COMUNICAÇÃO a que venham a ter acesso, ou que lhes sejam confiadas, sejam elas de propriedade da Agência ou as demais partes interessadas, protegendo-as e não as divulgando para terceiros.

Não é permitida a utilização da imagem, nome ou marcas da ALLIANCE COMUNICAÇÃO, exceto se previamente e formalmente autorizada para uso exclusivo no desenvolvimento de sua atividade profissional. Quando

necessário, seguirão as diretrizes de uso da marca. Informações relativas a contratos de fornecimento e termos comerciais de compras devem ser tratadas em caráter de confidencialidade.

É proibida a utilização de softwares não homologados ou não licenciados nos equipamentos da ALLIANCE COMUNICAÇÃO ou ainda que os nossos fornecedores utilizem softwares não homologados e não licenciados para a prestação de serviços. Softwares originais somente poderão ser instalados nos nossos equipamentos se previamente aprovados pela nossa área de tecnologia da informação.

A confidencialidade das informações deve ser mantida inclusive após término de contrato.

## 4. PRINCÍPIOS ANTICORRUPÇÃO

A ALLIANCE COMUNICAÇÃO tem uma abordagem de tolerância zero com relação a quaisquer atos de corrupção. Espera que todos os nossos fornecedores mantenham a preocupação com este tema e reportem quaisquer preocupações para a nossa Linha Ética.

A contratação de agentes, intermediários, assessores ou outros terceirizados pela ALLIANCE COMUNICAÇÃO será sempre precedida de diligência, a fim de verificar a inexistência de práticas que possam envolver riscos, prejuízos econômicos ou comprometer a reputação e boa imagem da ALLIANCE COMUNICAÇÃO.

A ALLIANCE COMUNICAÇÃO não aceita o uso de práticas fraudulentas ou de qualquer tipo de corrupção em seu ambiente de negócios. Desta forma, são condutas intoleráveis aos nossos fornecedores e passíveis das medidas legais e contratuais cabíveis:

- Oferecer, prometer, pagar ou autorizar o pagamento, dar ou concordar em dar presentes, favores ou qualquer coisa de valor a qualquer pessoa ou entidade, pública ou privada, ou a ela ligada, com o objetivo de beneficiar ilicitamente o fornecedor ou a ALLIANCE COMUNICAÇÃO e/ou seus negócios.
- Envolver-se em atividades fraudulentas ou de extorsão;
- Falsificar documentos, marcas ou produtos;
- Realizar ou estar envolvido em atividades ou condutas ilegais como evasão fiscal, sonegação, contrabando, suborno, entre outros.

Os fornecedores devem prevenir a ocorrência de comportamentos ilegais, combatendo a corrupção e a fraude e evitando conflitos de interesse.

Os fornecedores devem respeitar e seguir as leis anticorrupção aplicáveis e vigentes no país.

## 5. OFERTA DE PRESENTES E BRINDES

Os colaboradores da ALLIANCE COMUNICAÇÃO são orientados a não aceitar brindes, presentes, convites, empréstimos, jantares, viagens ou qualquer outro benefício que possa afetar o nosso julgamento ou estimular tratamentos diferenciados.

Entretanto, poderão ser recebidos pelos colaboradores brindes ou presentes de fornecedores, clientes ou parceiros que possuam caráter promocional ou corporativo e cujos valores não extrapolem um terço do salário mínimo vigente nacional.

Convites feitos por clientes e fornecedores, como visitas a suas instalações comerciais, feiras e treinamentos poderão ser aceitos desde que devidamente autorizados pelo gestor imediato do colaborador, com a validação do Departamento de Riscos e Compliance.

É vedado o recebimento de dinheiro, pelos nossos colaboradores, proveniente de algum agente que compõe o nosso ambiente de negócios.

## 6. CONFLITO DE INTERESSES

A ALLIANCE COMUNICAÇÃO espera que os seus fornecedores promovam com a Agência apenas negociações relacionadas ao atendimento de interesses corporativos da Agência.

As relações particulares entre nossos colaboradores e fornecedores devem ser previamente comunicadas à Diretoria da ALLIANCE COMUNICAÇÃO. São exemplos de relações que devem ser comunicadas:

- Relações de parentesco;
- Relacionamento pessoal de caráter habitual;
- Parcerias, sociedades ou ainda atividades profissionais em outros negócios; não associados às atividades da ALLIANCE COMUNICAÇÃO.

Também devem ser comunicadas as relações que se enquadrem nos exemplos citados acima entre fornecedores e parentes de até terceiro grau dos nossos colaboradores.

## 7. MEIO AMBIENTE

O fornecedor deve ter conhecimento dos aspectos e impactos ambientais causados por suas atividades, produtos e serviços e programar as ações de controle necessárias e suficientes para mantê-los sob controle.

Todos os fornecedores da ALLIANCE COMUNICAÇÃO devem estar em conformidade com a legislação ambiental vigente e em regularidade perante os órgãos ambientais, possuindo licenças ambientais válidas e não apresentando contingências relativas a aspectos de gestão ambiental, conforme aplicável.

## 8. PROMOÇÃO DA ÉTICA

A Agência espera que os seus fornecedores promovam entre os seus colaboradores a ética e boas práticas de conduta por meio de programas formais de treinamento e instrução.

Todos os colaboradores dos fornecedores da Agência envolvidos na prestação de serviços ou fornecimento de produtos à ALLIANCE COMUNICAÇÃO devem estar cientes deste Código de Ética e Conduta para Fornecedores.

A Agência procura estabelecer processos de seleção baseados em padrões de ética no processo concorrencial, preservando os interesses da ALLIANCE COMUNICAÇÃO, mas também uma relação de transparência com os seus fornecedores e parceiros. Não são aceitas práticas desleais de concorrência.

## 9. ACESSO ÀS INSTALAÇÕES DA ALLIANCE COMUNICAÇÃO

Os colaboradores, prepostos ou subcontratados dos fornecedores devem respeitar os padrões de apresentação pessoal e os controles de acesso, de identificação, de segurança e de permanência nas instalações da ALLIANCE COMUNICAÇÃO.

Todos os colaboradores, prepostos ou subcontratados dos fornecedores devem usar o crachá em local visível no seu horário de trabalho e enquanto se encontrarem nas dependências da ALLIANCE COMUNICAÇÃO.

A ALLIANCE COMUNICAÇÃO respeita o direito dos seus colaboradores, fornecedores e parceiros de participar da vida política do país. Entretanto, fica proibida toda e qualquer manifestação de atividade político-partidária no ambiente de trabalho.

## 10. AUDITORIA E RESCISÃO DE CONTRATO

A ALLIANCE COMUNICAÇÃO se reserva o direito de, a qualquer tempo, auditar se os fornecedores estão cumprindo as diretrizes deste Código ou da legislação aplicável às suas operações.

No caso de a ALLIANCE COMUNICAÇÃO tomar conhecimento de quaisquer ações ou condições que transgridam este Código, esta se reserva o direito de exigir dos fornecedores medidas corretivas, podendo haver quebra de contrato, caso tais medidas não sejam prontamente tomadas, sem prejuízo ou aplicação de penalidades à Agência.

## 11. LINHA ÉTICA

A omissão diante do conhecimento de possíveis violações por colaboradores, clientes, fornecedores ou parceiros será considerada atitude antiética.

O relato de situações irreais com o objetivo de prejudicar outras pessoas ou empresas por interesses pessoais será igualmente considerado antiético.

Todos os relatos recebidos pela Linha Ética serão analisados por profissionais independentes e direcionados a Diretoria para tratamento da questão.

A Agência investigará, pronta e rigorosamente, todos os fatos que envolvam suspeitas de fraude, furto, roubo, danos ao patrimônio, apropriação indébita, manipulação de informações ou qualquer outro crime, contravenção penal ou ato ilícito e atos que se desviem das diretrizes e procedimentos corporativos, dos quais é parte integrante o presente código.

A violação do Código, de suas políticas ou de alguma Lei pode resultar em:

- Ações disciplinares, inclusive a rescisão imediata da relação comercial com o fornecedor e a eventual aplicação de multas;
- No caso de violação da Lei, penalidades civis e/ou criminais podem ser impostas por um órgão governamental ou um tribunal.

A ALLIANCE COMUNICAÇÃO assegura o anonimato de todos os fornecedores e parceiros que desejarem realizar um relato de violação do Código de Ética e Conduta, mantendo o sigilo acerca da identidade daqueles que relataram.

# ANEXO

## TERMO DE RESPONSABILIDADE

(nome da empresa) , sociedade devidamente constituída em conformidade com as leis do país, sediada em (cidade da empresa) , neste ato devidamente representada por (nome do representante) , (nacionalidade) , (profissão) , portador (a) da identificação nº (numero do documento) , declara que:

- Recebeu o Código de Ética e Conduta para Fornecedores da ALLIANCE COMUNICAÇÃO.
- Está ciente do seu teor, o qual será aplicado por todos os colaboradores, prepostos ou subcontratados desta empresa na execução dos serviços contratados e/ou no fornecimento de materiais à ALLIANCE COMUNICAÇÃO.
- Esta empresa estará sujeita a responsabilidades administrativas, cíveis, trabalhistas e criminais cabíveis advindas do descumprimento das regras previstas neste Código.
- Está ciente de que a assinatura deste termo não representa uma obrigação contratual assumida pela ALLIANCE COMUNICAÇÃO em estabelecer relação comercial com esta empresa.

---

(Assinatura)

