

# Política Anticorrupção



## SUMÁRIO

A ALLIANCE COMUNICAÇÃO	04
1. OBJETIVO	05
2. CONSIDERAÇÕES GERAIS	05
3. VÍNCULOS	05
4. CONCEITOS	06
5. DIRETRIZES	08
5.1 Relacionamento com agentes públicos	08
5.2 Procedimentos competitivos e contratos públicos e privados	08
5.3 Fiscalização do poder público	10
5.4 Suborno	10
5.5 Brindes/presentes, convites/entretenimento e viagens	10
5.6 Pagamentos facilitadores	12
5.7 Contratação de parceiros/terceiros e colaboradores	12
5.8 Contribuições	15
6. MANUTENÇÃO DE REGISTROS E CONTABILIZAÇÃO PRECISA	17
7. CONSCIENTIZAÇÃO E TREINAMENTO	17
8. CERTIFICADOS	17
9. SINAIS DE ALERTA	17
10. VIOLAÇÕES E SANÇÕES APLICÁVEIS	18
11. REVISÃO DE PROGRAMA ANTICORRUPÇÃO	18
13. ANEXOS	19
13.1 Anexo I - Modelo de Cláusula Anticorrupção	19

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. OBJETIVO

Esta política tem como objetivo assegurar que os colaboradores e representantes da ALLIANCE COMUNICAÇÃO observem os requisitos das Leis Anticorrupção, de forma a garantir que sejam adotados os mais elevados padrões de integridade, legalidade e transparência durante a condução dos negócios.

## 2. CONSIDERAÇÕES GERAIS

**2.1** Faz parte da política da Agência conduzir seus negócios com honestidade e integridade. A manutenção desta reputação é vital em nossos negócios e por isso temos uma abordagem de tolerância zero com relação a quaisquer atos de corrupção.

Esperamos que todos mantenham a preocupação com este tema e reportem quaisquer preocupações para a Linha Ética, conforme estabelecido no Código de Ética e Conduta.

**2.2** A presente política não visa transformar todos os colaboradores, administradores, veículos, fornecedores, terceiros contratados e/ou estagiários em especialistas em legislação anticorrupção, mas, sim, auxiliar na identificação de situações e pagamentos possivelmente em desacordo com tais leis. Assim sendo, é importante que todos sigam as diretrizes descritas a seguir para garantir o cumprimento desta política.

**2.3** Em caso de dúvidas sobre a aplicação adequada das diretrizes constantes da presente política, o Colaborador deve acionar à Diretoria da ALLIANCE COMUNICAÇÃO.

**2.4** O conteúdo desta política deve ser conhecido e observado por todos os sócios, investidores, colaboradores, administradores, veículos, fornecedores, terceiros contratados e/ou estagiários, incluindo todas as Supervisões, Gerências e Diretorias, sendo o seu descumprimento passível de aplicação das medidas disciplinares estabelecidas no Código de Ética e Conduta.

**2.5** Esta política, desde sua elaboração até a sua completa implementação e funcionamento, sempre contará com o comprometimento e apoio da alta direção da ALLIANCE COMUNICAÇÃO, de modo que seja possível sua aplicabilidade em todos os seus termos e condições.

**2.6** Esta política entrará em vigor na data de sua divulgação, revogando e substituindo qualquer comunicação anterior sobre o assunto.

## 3. VÍNCULOS

Código de Ética e Conduta da ALLIANCE COMUNICAÇÃO.

## 4. CONCEITOS

**4.1 EMPRESA** – Todas as organizações controladas direta ou indiretamente pela ALLIANCE COMUNICAÇÃO.

**4.2 COMPLIANCE** – O termo Compliance é originário do verbo, em inglês, “to comply”, que significa cumprir, executar, satisfazer e realizar o que foi imposto conforme a legislação e regulamentação aplicável ao negócio e de acordo com o Código de Ética e Conduta da ALLIANCE COMUNICAÇÃO – conduta e políticas e normas da empresa.

Resumindo: nada mais que estar em conformidade com regras, normas e procedimentos.

**4.3 CORRUPÇÃO** – É o abuso de poder ou autoridade, por uma pessoa, para obter vantagens para si. A forma mais comum de corrupção é o suborno.

**4.4 LEI ANTICORRUPÇÃO** – A ALLIANCE COMUNICAÇÃO e todas as empresas, instituições e demais organizações a ela relacionadas, incluindo fornecedores e parceiros, controladoras e controladas, estão obrigadas a observar a Lei 12.846, de 2013 (Lei Anticorrupção do Brasil), e todas as leis e normas aplicáveis nos termos da legislação brasileira.

**4.5 SUBORNO** – Consiste no ato de dar ou receber dinheiro, presente ou outra vantagem como forma de indução à prática de qualquer ato desonesto, ilegal ou de quebra de confiança na prática de suas funções.

**4.6 PAGAMENTO FACILITADOR** – É um pagamento feito para assegurar ou agilizar a execução de uma ação ou serviço, para o qual já se tenha direito normal e legal. Por exemplo, pagamentos destinados à obtenção de autorizações, licenças e outros documentos oficiais; processamento de documentos governamentais, como vistos e ordens de serviço; etc.

**4.7 COISA DE VALOR** – Para fins desta Política, significa dinheiro, presentes, viagens, entretenimento, ofertas de emprego, refeições e outros. Aqui se incluem, também, patrocínio de eventos, bolsas de estudo, apoio a pesquisas e contribuições beneficentes.

**4.8 PRESENTE** – Trata-se de qualquer coisa de valor que é dada ou recebida devido a uma relação comercial e pela qual o receptor não tem que pagar o valor justo de mercado.

**4.9 AGENTE PÚBLICO** – É considerado “agente público” qualquer pessoa que exerça cargo, emprego ou função pública ou em entidade paraestatal, incluindo:

- Servidor das esferas Federal, Estadual e Municipal, dos 3 poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário).
- Funcionários/servidores de empresas controladas pelo governo (empresas estaduais de saneamento, Petrobrás, Eletrobrás, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, BNDES, Aneel, etc.).
- Aquele que trabalha para empresa prestadora de serviço contratada para execução de atividade típica da administração pública.

- Diretores e funcionários de qualquer entidade governamental em nível nacional, estadual, regional, municipal ou local, inclusive os dirigentes eleitos;
- Qualquer pessoa física agindo temporariamente de forma oficial para ou em nome de qualquer entidade governamental (como, por exemplo, um consultor contratado por uma agência governamental);
- Candidatos a cargos políticos em qualquer nível, partidos políticos e seus representantes;
- Também entram nesta definição agentes de administração pública estrangeira;
- Representações diplomáticas de país estrangeiro ou órgãos e entidades estatais;
- Pessoas jurídicas controladas pelo poder público de país estrangeiro;
- Organizações públicas internacionais;
- Quem, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, exerça cargo, emprego ou função pública em órgãos, entidades estatais ou em representações diplomáticas de país estrangeiro.

**4.10 REPRESENTANTE TERCEIRO** – São todos os terceiros que representam a Agência, como consultores, prestadores de serviços, parceiros de negócios, fornecedores, etc.

**4.11 DUE DILIGENCE** – Procedimento metódico de análise de informações e documentos de uma determinada empresa ou pessoa física, com objetivo predeterminado – fusões e aquisições, planejamento de reestruturações societárias, operações financeiras complexas ou processos de privatização de empresas – que resultará em um relatório das reais condições da empresa analisada.

**4.12 PROFISSIONAL DO MERCADO PUBLICITÁRIO** – Profissional habilitado a realizar informes, relatórios, briefings, jobs e campanhas publicitárias para alinhar de forma efetiva a comunicação de seus clientes com o mercado consumidor.

**4.13 PROFISSIONAIS RELACIONADOS AO MERCADO PUBLICITÁRIO** – Pessoas que possam participar do planejamento, criação, produção e veiculação de campanhas publicitárias, tanto na iniciativa privada quanto na qualidade de agentes públicos, incluindo, mas não se limitando, a publicitários, comunicadores sociais, jornalistas, designers gráficos, administradores, redatores, web designers, estudantes de publicidade, comunicação social, jornalismo, funcionários e agentes de organizações, públicas ou privadas, outras agências de publicidades que se relacionem com empresas ou instituições, órgãos, associações e empresas do mercado publicitário.

**4.14 Instituições, Órgãos, Associações e Empresas DO MERCADO PUBLICITÁRIO:** são todas aquelas que, de forma direta ou indireta, na atividade privada ou como parte da administração pública, participam do mercado publicitário ou em apoio a esta, incluindo aquelas representativas das classes da publicidade, jornalismo e demais classes profissionais, agências reguladoras, associações, Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária – CONAR–, conselhos regionais de publicidade, em âmbito estadual ou municipal, ou qualquer outra entidade privada ou órgão da administração pública, direta ou indireta, que tenha envolvimento com agências de publicidade e propaganda.

**4.15 BRINDES:** todos os produtos distribuídos aos profissionais a título não oneroso.

## 5. DIRETRIZES

### 5.1 RELACIONAMENTO COM AGENTES PÚBLICOS

**a.** É vedado a todos os colaboradores e representantes que atuam em nome da Agência e suas demais unidades fazer oferta, promessa ou autorização de pagamento e/ou doação de qualquer soma em dinheiro ou item a agentes públicos ou representantes de instituições, órgãos, associações e empresas mercado publicitário com o propósito de induzir o beneficiário a realizar ou deixar de realizar qualquer ação em violação à sua obrigação legal.

**b.** Nenhum colaborador ou representante que atue em nome de empresas da Agência pode valer-se da oferta, promessa ou autorização de pagamento e/ou doação como instrumento de obtenção e/ou manutenção de negócios e/ou vantagens indevidas em órgãos de governo.

**c.** Os colaboradores deverão sempre manter uma atitude de respeito e colaboração com os representantes das autoridades no âmbito de suas competências e nos processos de investigação e fiscalização.

**d.** Não devem ser realizadas contribuições em troca de favores ou a mando de qualquer funcionário público, mesmo que o favorecido seja uma instituição beneficente genuína.

**e.** Doações realizadas a instituições em que o funcionário público, ou membro de sua família, exerça qualquer função devem ser formalmente aprovadas pela Diretoria.

**f.** O relacionamento institucional com os clientes da esfera da administração pública deverá ocorrer, sempre que possível, com o maior nível de formalização e documentação interna das conversas, comunicações e reuniões. As seguintes precauções são incentivadas, pois permitem um maior controle desta interação:

- Requisitar formalmente a realização de reuniões com agentes públicos, utilizando-se dos canais ou procedimentos institucionais utilizados por cada órgão ou entidade da administração pública;
- Consideradas as particularidades econômicas e técnicas do exercício de sua atividade, não realizar ou participar de reuniões estrategicamente relevantes com agentes públicos desacompanhado de outro membro ou representante da empresa. Essa cautela poderá ser dispensada, dentre outras hipóteses, em caso de reuniões corriqueiras ou formais, ou ainda nos casos em que a presença de dois (ou mais) representantes seja, técnica ou economicamente, impraticável;
- Elaborar atas internas das reuniões com agentes públicos, conforme o modelo adotado pela empresa, ou especificado pelo cliente, de maneira a manter o registro do que foi discutido. A prática deverá ponderar a necessidade e razoabilidade de registro, desprezando-se o formalismo exagerado e o registro de práticas corriqueiras no relacionamento com os agentes públicos;
- Manter o registro interno das etapas de relacionamento com agentes públicos, bem como das informações recebidas por eles.

### 5.2 PROCEDIMENTOS COMPETITIVOS E CONTRATOS PÚBLICOS E PRIVADOS

**a.** Com relação às licitações realizadas pelos clientes da esfera da administração pública ou privada, existem diversas situações nas quais convém esclarecer os limites de atuação. Nesses termos, algumas condutas são expressamente vedadas e algumas cautelas devem ser adotadas:

- É proibida a realização de qualquer ajuste ou combinação com agentes privados ou com agentes públicos para fraudar ou frustrar qualquer ato de uma licitação pública/privada ou contrato dela decorrente;
- É proibida a realização de qualquer ajuste ou combinação com agentes privados ou com agentes públicos para afastar qualquer licitante;
- É proibido influenciar qualquer agente público/privado, para obtenção de vantagem ou benefício indevido na alteração ou prorrogação de contrato;
- É proibida a adulteração ou fraude de qualquer registro ou ata de reuniões ou contatos realizados entre funcionários ou colaboradores da empresa com agentes públicos/privados; e
- A fim de evitar a ocorrência de situações irregulares, as interações com agentes públicos durante procedimentos licitatórios deverão:
  - Observar as formas previstas nos editais, utilizando-se dos canais oficialmente fornecidos para a realização de questionamentos e comunicações;
  - Observar as sugestões de formalização acima referidas, tais como a solicitação de audiência ou a elaboração de atas.
- b.** Para o desenvolvimento de projetos, a administração pública muitas vezes solicita o envio de estudos de viabilidade pela iniciativa privada, com base no art. 21 da Lei nº 8.987/1995. É legítimo colaborar com a elaboração de projetos que serão futuramente licitados, desde que respeitada a legislação pertinente. Assim, devem ser utilizados os canais específicos para a colaboração com a administração pública, observando-se as seguintes cautelas:
  - Efetuar a entrega formal dos estudos ou projetos elaborados, mediante protocolo no órgão ou entidade pública que solicitou os estudos;
  - Observar que no caso de contratação baseada exclusivamente na Lei nº 8.666/1993, alinhada com a Lei nº 12.232/2010, a entrega de estudos ou projetos leva à impossibilidade de participação da licitação.
- c.** A execução dos contratos públicos ou privados envolve uma intensa interação com órgãos públicos e seus agentes. Para o fornecimento de produtos, a obtenção de autorizações e licenças são atividades cotidianas e que devem envolver a adoção das seguintes cautelas:
  - Impedir a realização de pagamentos não previstos na legislação para conseguir a emissão de quaisquer documentos públicos, tais como autorizações, licenças, certificações ou qualquer outro tipo de documentação;
  - Impedir a realização de pagamentos de facilitação, ou seja, pagamentos que se voltem a acelerar procedimentos administrativos;
  - Requisitar formalmente, sempre que possível, a realização de reuniões para negociações ou discussões a respeito de alterações ou aditivos de contratos públicos, utilizando-se do canal de comunicação indicado no contrato e indicando a finalidade da reunião;
  - Realizar ata interna ou relatório das reuniões, indicando a pauta do que foi discutido, nos moldes do item 5.1;
  - Incluir, nos pleitos endereçados para alteração contratual ou procedimentos de reequilíbrio, sempre que possível, pareceres, opiniões técnicas ou econômicas de agentes independentes que justifiquem o aditivo e as alterações ao contrato.
- d.** Na execução de contratos públicos, é vedado:
  - Obter vantagem ou benefício indevido de modificações ou prorrogações por meio fraudulento;
  - Manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos.

### 5.3 FISCALIZAÇÃO DO PODER PÚBLICO

- a.** É vedado dificultar as atividades envolvidas em possível investigação ou fiscalização realizada por órgãos, entidades ou agentes públicos, ou intervir indevidamente em sua atuação.
- b.** Deve-se ter como diretrizes a acessibilidade de documentos e informações relativas às contratações e prestação de serviços para órgãos ou entidades do poder público e o cumprimento das seguintes cautelas:
- Assegurar a proibição de atos para dificultar ou fraudar investigação ou fiscalização de órgãos, entidades ou agentes públicos, incluindo, mas não se limitando a corrupção de policiais, fiscais, gerentes ou auditores para coleta de informações privilegiadas e/ou a não realização de investigações/acareações/diligências na empresa;
  - Realizar a correta prestação de contas, com a divulgação de informações completas, objetivas e tempestivas;
  - Solicitar atas das atividades realizadas, contendo data, agente público responsável e a síntese do que foi vistoriado;
  - Manter registros internos sobre a realização destas atividades pelo poder público.

### 5.4 SUBORNO

- a.** Todos os colaboradores e representantes devem seguir os programas e Leis Anticorrupção contra a prática de suborno.
- b.** As Leis Anticorrupção não se aplicam somente ao indivíduo que paga o suborno, mas também aos indivíduos que agem de maneira a incentivar o pagamento, ou seja, se aplicam a qualquer indivíduo que:
- Aprovar o pagamento de suborno ou promessa de vantagem indevida;
  - Fornecer ou aceitar faturas falsas;
  - Retransmitir instruções para pagamento de suborno;
  - Encobrir o pagamento de suborno; ou
  - Cooperar conscientemente com o pagamento de suborno.
- c.** Nenhum colaborador será penalizado devido a atraso ou perda de negócios resultantes de sua recusa em pagar suborno.
- d.** Todos os colaboradores e representantes que atuam em nome da Agência estão proibidos de prometer, oferecer/autorizar, diretamente ou indiretamente, ou por meio de terceiros, qualquer vantagem indevida, pagamentos, presentes ou qualquer coisa de valor para qualquer pessoa, seja ela funcionário público ou não, com o propósito de influenciar ou recompensar um ato ou decisão oficial a fim de obter ou manter negócios ou assegurar vantagem indevida.

### 5.5 BRINDES/PRESENTES, CONVITES/ENTRETENIMENTO E VIAGENS

- a.** Somente será permitido aceitação ou oferecimento de brindes e presentes pelos colaboradores e seus familiares nas seguintes situações:
- Brindes de propaganda de pequeno valor, ou seja, limitados a um terço do salário mínimo vigente nacional. Caso sejam recebidos brindes de valor superior, estes deverão ser encaminhados à Diretoria, que fará a verificação da procedência e destinação adequada (doação, devolução);
  - Qualquer convite, presente ou brinde que, por sua habitualidade, características ou circunstâncias, possam ser interpretadas como sendo feito com intenção de afetar o critério imparcial do recebedor, para favorecimento de

negociações, por exemplo, deverá ser recusado e levado ao conhecimento da Diretoria;

- É permitido, dentro de um relacionamento comercial normal, o pagamento, pela Agência ou por terceiros (fornecedores e veículos), de despesas relacionadas a refeições. Quando o pagamento for efetuado pela Agência, este deve estar de acordo com a Norma de Representação;
  - Os colaboradores deverão recusar e levar ao conhecimento à Diretoria qualquer solicitação de pagamentos, comissões, presentes ou remunerações envolvendo quaisquer autoridades, agentes públicos, funcionários ou executivos de empresas ou órgãos públicos. Esta proibição se aplica tanto às autoridades e agentes públicos nacionais como também estrangeiros.
- b.** Presentes em dinheiro não podem ser aceitos nem ofertados sob qualquer hipótese ou quantia.
- c.** Presentes com valores expressivos acima de um terço de salário mínimo não podem ser aceitos. O colaborador deve fazer a devida justificativa pelo não recebimento, informando a existência da política de anticorrupção a todos os stakeholders (clientes, fornecedores, prestadores de serviços, etc.) envolvidos.
- d.** É vedada ao colaborador a concessão de presentes para clientes/veículos, fornecedores, órgãos governamentais e outros públicos de interesse. Poderão ser concedidos pela Agência brindes/presentes em épocas festivas ou na realização de eventos desde que aprovados pela Diretoria.

### CONVITES

- a.** Considerando o relacionamento profissional com clientes, veículos e fornecedores, convites para ações ou atividades de relacionamento corporativo (por exemplo, refeições, ingressos de espetáculos ou eventos esportivos), podem ser aceitos para fins legítimos de negócios, pautados com as diretrizes deste Código. As exceções devem ser comunicadas à Diretoria.
- b.** Convites para eventos (cursos, tanto no âmbito nacional quanto internacional, eventos, simpósios, palestras, etc.) com despesas custeadas por clientes, fornecedores, órgãos governamentais e outros agentes públicos de interesse podem ser aceitos mediante a oportunidade de desenvolvimento, a participação de profissionais de outras empresas e valor máximo de três salários mínimos. As exceções devem ser comunicadas à Diretoria.
- c.** É vedado o recebimento de convites oferecidos por parceiros de negócios da empresa para “entretimento adulto” ou qualquer tipo de evento que envolva pornografia ou comportamento obsceno.
- d.** Todos os convites concedidos para clientes, veículos, fornecedores, órgãos governamentais e outros públicos de interesse devem ser feitos de forma igualitária e sem diferenciação entre o meio público e privado. Todas as concessões devem estar aprovadas pelos gestores e contemplar termo de aceite e cláusulas de aderência à Lei Anticorrupção.

### VIAGENS

- a.** Excepcionalmente, pode ser justificável que clientes, veículos, fornecedores ou outros parceiros de negócios paguem as despesas de viagem de cunho profissional de colaboradores. O colaborador deve comunicar à Diretoria, que irá analisar:
- Valores envolvidos;

- Finalidade primária da viagem – apenas negócios;
- Roteiro e duração da viagem, para que o destino não se caracterize como passeio turístico ou férias;
- Análise da classe da viagem;
- Envolvimento de outros profissionais da empresa e de outras agências;
- Exclusão de familiares.

## 5.6 PAGAMENTOS FACILITADORES

**a.** Os pagamentos para facilitar ou acelerar ações de funcionários públicos podem constituir crime de corrupção; por isso, a Agência proíbe os pagamentos facilitadores.

**b.** Qualquer desembolso realizado para oficiais do governo, funcionários de empresas públicas ou funcionários de empresas privadas, com as características abaixo, são considerados pagamentos facilitadores. Dentre eles, encontram-se pagamentos com o objetivo de:

- Estabelecer novos contratos;
- Ganhar influência em futuros negócios;
- Não sofrer autuação referente a qualquer tipo de infração cometida e/ou redução de multas associadas;
- Realizar operações para as quais a Agência não tem autorização;
- Priorizar o recebimento de faturas em aberto para serviços realizados;
- Antecipar recebimento de faturas;
- Acelerar processo de importação;
- Obter documentos;
- Facilitar a venda de produtos ou serviços.

## 5.7 CONTRATAÇÃO DE PARCEIROS/TERCEIROS E COLABORADORES PARCEIROS/TERCEIROS

**a.** A Agência busca fazer negócios com terceiros íntegros, honestos e qualificados e manter os procedimentos adequados para conduzir uma diligência sobre quaisquer parceiros comerciais, visando avaliar o risco de corrupção antes de realizar quaisquer negócios.

**b.** Não é admitido em hipótese alguma que nenhum terceiro, agindo em nome da Agência, exerça qualquer tipo de influência imprópria sobre qualquer pessoa, seja ela funcionário público ou não.

**c.** Não admitimos a contratação de terceiros que tenham sido indicados por funcionários públicos, desde que tenha sido realizado o procedimento regular de cotação e fechamento de contratos.

**d.** Devemos verificar se qualquer desses terceiros é reconhecido pela prática de corrupção ou se está sendo investigado, processado ou se foi condenado. Em caso positivo, a Agência deverá averiguar os fatos e decidir com base nos resultados, levando em conta o risco de prejuízos à sua reputação.

**e.** A partir da data de divulgação desta política, em todos os contratos firmados com terceiros, fornecedores e/ou veículos, devem obrigatoriamente ser incluídas cláusulas, vide modelo no anexo desta política, para assegurar o cumprimento da Lei Anticorrupção, visando mitigar o risco de pagamentos ilícitos e fornecer à Agência os meios para rescindir o relacionamento, se houver violações.

**f.** A Agência não admitirá nenhuma prática de corrupção por parte de seus representantes comerciais e demais prestadores de serviço.

## PRÉ-CONTRATAÇÃO

**g.** Sempre que forem contratados despachantes, advogados, produtoras gráficas, produtoras de filmes, veículos de comunicação, consultorias em geral ou qualquer terceiro para obter negócios com o governo, obter uma ação governamental ou de qualquer forma lícita, ou para atuar em nome da Agência perante as autoridades governamentais, deve-se realizar um processo de due diligence para avaliar seus antecedentes, reputação, qualificações, controlador final, situação financeira, credibilidade e histórico de cumprimento das leis anticorrupção.

**h.** As informações obtidas de terceiros, fornecedores e/ou veículos, devem ser registradas no formulário “Questionário de Due Diligence de Terceiros” e assinadas pelo gestor responsável pela contratação e pelo terceiro antes de sua efetiva contratação.

**i.** Os formulários “Questionário de Due Diligence de Terceiros” assinados devem ser enviados ao Jurídico e ao Departamento de Riscos e Compliance, para revisão e aprovação, e atualizados sempre que necessário. O Jurídico e o Departamento de Riscos e Compliance não aprovarão a assinatura de contratos com terceiros que atuem em nome da Agência perante as autoridades governamentais sem a formalização da Due Diligence de Terceiros.

**j.** São cautelas que devem ser observadas, sempre que possível ou cabível:

- Realizar consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Declaradas Inidôneas e Suspensas (CEIS) da CGU, ou a cadastros que exerçam tal função em outros entes da federação ou em outros países, sempre que houver, com vistas a obter informações quanto ao estatuto das futuras consorciadas ou parceiras;
- As partes de um contrato ou de qualquer outra forma de parceria deverão declarar seu comprometimento com a observância das disposições das Leis nº 12.846/2013 e nº 12.813/2013, repudiando expressamente práticas de fraude e corrupção nas atividades envolvidas na execução do contrato, convênio ou acordo. A declaração poderá ser objeto de uma cláusula contratual, de um documento específico ou de qualquer outro meio apto a efetuar-la;
- As partes deverão também se obrigar a comunicar imediatamente qualquer irregularidade identificada referente às disposições das Leis nº 12.846/2013 e nº 12.813/2013 na condução das atividades contempladas no âmbito do convênio, contrato ou acordo.

**k.** Todos os agentes, intermediários ou terceiros contratados pela Agência deverão ser informados sobre a política anticorrupção, principalmente aqueles que intervenham com algum agente público, um órgão público ou uma empresa pública, tanto de nacionalidade brasileira como estrangeira.

## PÓS-CONTRATAÇÃO

**l.** Após a contratação do terceiro, é dever do gestor responsável pela contratação acompanhar suas atividades, sempre atento a eventuais sinais de alerta ou questões relacionadas às leis anticorrupção.

## COLABORADORES

- a.** Toda contratação de profissional para a Agência e suas demais unidades devem ter como base o mérito e passar pelo processo de recrutamento e seleção estabelecido em políticas formais de Recursos Humanos.
- b.** Não é admitida a contratação de funcionários que tenham sido indicados por funcionários públicos.
- c.** É proibida toda e qualquer manifestação de atividade político-partidária no ambiente de trabalho, sendo vedado o uso de cargo hierárquico ou o nome da ALLIANCE COMUNICAÇÃO nas atividades particulares de que participar.
- d.** Os colaboradores, como profissionais da Agência, devem se ater ao conteúdo divulgado em mídias sociais, como efetuar manifestações, apoios ou contribuições públicas para partidos políticos, campanhas políticas e/ou candidatos a cargos públicos. O profissional que optar por realizar tais atividades será afastado temporariamente das suas atividades normais, até que sua exposição não possa causar danos à imagem, reputação e confiabilidade da Agência, considerando o nível de exposição da organização e o seu core business, bem como as questões observadas na Lei Anticorrupção.
- e.** É devido aos colaboradores da Agência não tomar partido em questões político-partidária e/ou que possam trazer algum risco à reputação da empresa, suas marcas, produtos ou serviços.
- f.** É proibida a realização de trabalhos paralelos por profissionais da Agência, em especial os profissionais envolvidos, direta ou indiretamente, nas áreas de Publicidade, Jornalismo e afins. Atividades ocasionais de escrita, conferências ou atividades ocasionais comparáveis não são consideradas trabalho paralelo, exceto para os envolvidos com as áreas de publicidade, jornalismo e afins. Não será concedida autorização se a atividade em questão for prejudicial para os interesses da Agência.

## PRÉ-CONTRATAÇÃO

- g.** Sempre que existir o processo de contratação de novos funcionários, internamente ou externamente, os quais terão acesso a informações importantes, rotinas de trabalho, contatos com o(s) governo(s), obtenção de relação governamental ou de qualquer forma lícita, atuar em nome da Agência perante as autoridades governamentais, etc., deve-se realizar o processo de due diligence para avaliar seus antecedentes, reputação, qualificações, relação de vínculo (direto ou indireto) com agentes públicos, histórico de cumprimento da Lei Anticorrupção e trabalhos paralelos.
- h.** As informações obtidas dos colaboradores devem ser registradas no formulário “Questionário de Due Diligence de Colaboradores” e assinadas pelo gestor responsável pela contratação e pelo colaborador antes de sua efetiva contratação.
- i.** Os formulários “Questionário de Due Diligence de Colaboradores” assinados devem ser enviados ao Jurídico, para revisão e aprovação, e atualizados sempre que necessário.

## PÓS-CONTRATAÇÃO

- j.** Após a contratação do colaborador, o gestor responsável pela contratação deve monitorar suas atividades, sempre atento a eventuais sinais de alerta, questões relacionadas à Lei Anticorrupção.
- k.** Periodicamente, os colaboradores deverão preencher o “Questionário de Due Diligence de Colaboradores” e passar por um processo de verificação e acompanhamento de mídias sociais.

## 5.8 CONTRIBUIÇÕES

### CONTRIBUIÇÕES DESTINADAS A INSTITUIÇÕES, ÓRGÃOS, ASSOCIAÇÕES E EMPRESAS DO MERCADO PUBLICITÁRIO

- a.** Doações e outras formas de contribuições (“Contribuições”) destinadas a instituições, órgãos, associações, conselhos e outras agências do mercado publicitário devem obedecer a interesse legítimo e serem sempre voltadas a atender às necessidades reais da comunidade ou sociedade assistida conforme a Política de Compliance aplicada a Patrocínios de Eventos, Apoio a Profissionais da Publicidade e Propaganda.
- b.** As doações e contribuições deverão estar sempre sustentadas por Nota Fiscal e documento escrito contendo, no mínimo, a especificação clara do valor, data, finalidade e encargos eventualmente existentes.
- c.** Nenhum colaborador ou terceiro em nome da Agência poderá valer-se das doações e/ou contribuições filantrópicas como instrumentos de ação comercial ou estratégia de marketing para divulgação de seus produtos.
- d.** As doações e contribuições destinadas a instituições, órgãos, associações e outras agências do mercado publicitário serão realizadas somente a pessoas jurídicas formalmente estabelecidas com o fim de promover ações educativas de reconhecida importância para o bem-estar da comunidade ou sociedade assistida, não podendo ser utilizadas como apoio para a realização de festas, confraternizações ou outros eventos de entretenimento sem caráter científico e/ou educacional.
- e.** A Agência não utiliza contribuições como instrumento de retenção ou obtenção de negócios com o objetivo de obter vantagem indevida ou que estejam atreladas a contrapartidas como a indicação, recomendação ou compra de produtos do seu portfólio.

### CONTRIBUIÇÕES A CAUSAS BENEFICENTES

- a.** As práticas da Agência determinam que não devem ser realizadas contribuições em troca de favores com qualquer funcionário público, mesmo que o favorecido seja uma instituição beneficente genuína. Doação realizada a instituições em que o funcionário público – ou o membro de sua família – tenha uma função pública ou realizada a mando de um funcionário público pode levantar a questão sobre leis anticorrupção. Autoridades regulatórias têm entendido que fazer uma doação para uma instituição de caridade associada com um funcionário público pode conferir um benefício para este para fins da Lei Anticorrupção.
- b.** Doações devem ser realizadas apenas por razões filantrópicas legítimas, como para servir os interesses humanitários e de apoio às instituições culturais ou educacionais.
- c.** As regras e procedimentos abaixo devem ser observados quando da contribuição a causas beneficente:
  - Os pedidos de contribuição devem ser feitos por escrito, devendo ser especificados, no mínimo, a pessoa ou organização que solicita a contribuição, o objetivo da contribuição e o valor requisitado;
  - Os pedidos devem ser cuidadosamente analisados, para que se verifique se a contribuição não irá fornecer benefício pessoal a algum funcionário público e se a instituição está registrada nos termos da legislação aplicável;
  - A contribuição deve ser realizada à instituição registrada nos termos da legislação aplicável;
  - A contribuição deve ser aprovada pela Diretoria;
  - A Agência realiza o monitoramento periódico das instituições beneficiadas, de modo a verificar se as organizações dispõem de mecanismos de sustentabilidade para garantir sua existência independentemente das contribuições recebidas;



- A contribuição deve ser realizada à instituição, e não à pessoa física, e em nenhuma circunstância o pagamento deve ser feito em dinheiro ou por meio de depósito em conta corrente pessoal;
- É necessário obter comprovante de recebimento de toda a contribuição realizada à causa beneficente.

### CONTRIBUIÇÕES POLÍTICAS

- Todas as contribuições ou doações realizadas pela Agência a partidos políticos devem seguir os mais estritos padrões legais e éticos, devendo, necessariamente, estar de acordo com a Lei nº 9.096/1995 e a Lei nº 13.165/2015, bem como com todos os demais requisitos e limites estabelecidos pelo Tribunal Superior Eleitoral – TSE.
- Em conformidade com a Lei nº 13.165/2015, é estritamente proibida a realização de doações da Agência a campanhas eleitorais e a candidatos a cargos públicos.
- Nenhum colaborador pode utilizar a Agência ou recursos privados para fazer doações a partidos políticos sem a prévia aprovação da Diretoria.
- Ao se contemplar com qualquer contribuição em dinheiro ou serviços um partido político, devem ser observadas as regras sobre conflitos de interesses contidas no Código de Ética e Conduta da ALLIANCE COMUNICAÇÃO. Isso significa que qualquer pessoa que tenha qualquer tipo de filiação com políticos ou partido político deve abster-se de envolvimento no processo decisório sobre esta contribuição, inclusive no período de campanhas políticas.

### CONTRIBUIÇÕES A SINDICATOS

- Todas as contribuições ou doações realizadas a sindicatos, membros de sindicatos ou entidade controlada por um sindicato devem seguir os mais estritos padrões legais e éticos, devendo, necessariamente, estar de acordo com os requisitos e os limites estabelecidos pela legislação aplicável.
- Nenhum Colaborador pode utilizar a Agência ou recursos privados para fazer contribuições a sindicatos, membros de sindicatos ou entidade controlada por um sindicato em nome da Agência sem a prévia aprovação da Diretoria.
- Ao contemplar com qualquer contribuição em dinheiro ou serviços um sindicato, membro de sindicato ou entidade controlada por um sindicato, devem ser observadas as regras sobre conflitos de interesses contidas no Código de Ética e Conduta. Isso significa que qualquer pessoa que tenha qualquer tipo de filiação com sindicato, membro de sindicato ou entidade controlada por um sindicato deve abster-se de envolvimento no processo decisório sobre esta contribuição.

### PATROCÍNIOS A EVENTOS E APOIO A PROFISSIONAIS DO MERCADO PUBLICITÁRIO

- Todos os patrocínios devem ser baseados em contratos formalizados entre a Agência e instituições que receberão patrocínio, assim como devem ser aprovados pela Diretoria.
- A Agência deve manter um processo interno de aprovação desses patrocínios e serão controlados pela Diretoria.

## 6. MANUTENÇÃO DE REGISTROS E CONTABILIZAÇÃO PRECISA

- É obrigação da Agência manter livros, registros e contas que reflitam, de forma detalhada, precisa e correta, todas as suas transações. As transações da ALLIANCE COMUNICAÇÃO são transparentes, totalmente documentadas e codificadas para contas que refletem de maneira precisa a sua natureza.
- A Agência mantém controles internos que oferecem razoável segurança de que:
  - Todas as operações executadas sejam aprovadas conforme as alçadas e limites estabelecidos;
  - Todas as operações sejam registradas conforme necessário para permitir a elaboração das demonstrações financeiras de acordo com os princípios contábeis geralmente aceitos ou qualquer critério aplicável a estas demonstrações e para manter o controle dos ativos;
  - Os acessos aos ativos somente sejam permitidos de acordo com a aprovação geral ou específica da diretoria;
  - Os ativos registrados sejam confrontados com os ativos existentes em intervalos razoáveis e que medidas apropriadas sejam tomadas em relação a quaisquer diferenças.

## 7. CONSCIENTIZAÇÃO E TREINAMENTO

A ALLIANCE COMUNICAÇÃO mantém um programa permanente de conscientização e treinamento anticorrupção para os colaboradores de suas Agências. São ministrados treinamentos que apresentam as políticas e normas anticorrupção e o Código de Ética e Conduta.

## 8. CERTIFICADOS

- Todos os empregados indicados pela Diretoria para participar obrigatoriamente de treinamento anticorrupção deverão, como parte da conclusão bem-sucedida de seu treinamento, certificar, por escrito:
  - Que receberam, entenderam e cumprirão as políticas e procedimentos relacionados ao compliance anticorrupção;
  - Que agiram e continuarão a agir em cumprimento de tais políticas e procedimentos; e
  - Que imediatamente relatarão quaisquer alegações, violações ou questões relacionadas a compliance de que tomem conhecimento.

## 9. SINAIS DE ALERTA

- Para garantir o cumprimento das leis anticorrupção, os colaboradores devem estar atentos para sinais de alerta que podem indicar que vantagens ou pagamentos indevidos podem estar ocorrendo. Os sinais de alerta não são, necessariamente, provas de corrupção nem desqualificam, automaticamente, terceiros, fornecedores e/ou veículos que representam a Agência. Entretanto, levantam suspeitas que devem ser apuradas até que se esteja certo de que esses sinais não indiquem problemas.
- Nossos procedimentos de monitoramento e demais controles internos serão reforçados quando algum dos seguintes sinais de alerta referentes a qualquer operação em que o pagamento ou o benefício possa ser recebido por qualquer pessoa, seja ela funcionário público (incluindo seus familiares) ou não:

- A contraparte tem histórico de desvio de conduta ou prática de corrupção;
- A contraparte solicita uma comissão em valor excessivamente superior à prática de mercado, paga em dinheiro ou de outra forma irregular;
- A contraparte é controlada por um funcionário público ou tem relacionamento próximo com o governo;
- A contraparte é recomendada por um funcionário público;
- A contraparte se recusa a incluir referência formal a medidas anticorrupção no contrato firmado com a Agência;
- A contraparte propõe um esquema financeiro incomum, como a solicitação de pagamento em conta bancária em país diferente daquele em que o serviço esteja sendo prestado ou como a solicitação de pagamento em mais de uma conta bancária;
- Percepção de que a doação para uma instituição de caridade a pedido de um funcionário público é uma troca para uma ação governamental.

## 10. VIOLAÇÕES E SANÇÕES APLICÁVEIS

- É responsabilidade de todos os colaboradores comunicar qualquer violação e suspeita de violação aos requisitos das leis anticorrupção.
- As comunicações de violação, identificadas ou anônimas, deverão ser realizadas na Linha Ética da Agência.
- Quando da comunicação das violações, deverá ocorrer a pronta interrupção de irregularidades ou infrações detectadas, cabendo à Diretoria a tempestiva tratativa e remediação dos danos gerados.
- Independentemente das comunicações serem identificadas ou anônimas, a Agência irá tomar medidas para proteger a confidencialidade de qualquer denúncia sujeita à lei aplicável, a regulamentação ou processo judicial.
- A ALLIANCE COMUNICAÇÃO não vai permitir ou tolerar qualquer tipo de retaliação contra qualquer pessoa que apresente uma denúncia de boa-fé ou a queixa de violação desta política. Qualquer colaborador que se envolver em retaliação está sujeito a atos disciplinares.
- As violações às leis anticorrupção podem resultar em severas penalidades civis e criminais para a Agência e para seus colaboradores e/ou representantes envolvidos. As penalidades criminais podem ser impostas tanto às pessoas físicas como às pessoas jurídicas.
- O Comitê de Ética analisará os relatos e definirá as medidas disciplinares que serão adotadas, conforme as diretrizes da Política de Consequências.

## 11. REVISÃO DE PROGRAMA ANTICORRUPÇÃO

- O Jurídico e o Departamento de Riscos e Compliance avaliará periodicamente a eficácia do Programa de Integridade ALLIANCE COMUNICAÇÃO e relatará os resultados aos sócios e Diretoria.
- Esta revisão ocorrerá, ao menos, uma vez ao ano, com equipe interna ou por meio de contratação de empresa de auditoria independente.

## 12. ANEXOS

### 12.1 ANEXO I - MODELO DE CLÁUSULA ANTICORRUPÇÃO CLÁUSULA [ ] – DISPOSIÇÕES ANTICORRUPÇÃO

**1.1 A CONTRATADA** declara que está ciente, conhece, entende e cumpre integralmente, na condução de suas atividades empresariais, toda a legislação anticorrupção a ela aplicável, em especial, mas sem limitar, a Lei n.º 12.846/2013 e o Decreto n.º 8.420/2015, bem como toda e qualquer outra legislação antissuborno ou anticorrupção aplicável à CONTRATADA, assim como as normas e exigências constantes das políticas internas da CONTRATANTE, abstendo-se a CONTRATADA de qualquer atividade que constitua uma violação a tais dispositivos.

**1.2 A CONTRATADA** declara, garante e aceita que, com relação a este Contrato, não praticará nem tentará praticar qualquer solicitação, não houve e não haverá nenhuma solicitação, exigência, cobrança ou obtenção para si e para outrem de vantagem indevida ou promessa de vantagem indevida, a pretexto de influir em ato praticado por agente público e/ou privado, restando expresso, ainda, que nenhum favorecimento, taxa, dinheiro ou qualquer outro objeto de valor foi ou será pago, oferecido, doado ou prometido pela CONTRATADA ou por qualquer de seus agentes ou empregados, direta ou indiretamente.

**1.3 A CONTRATADA** e cada um de seus agentes, conselheiros, sócios ou acionistas, empregados e subcontratados, consultores, representantes de qualquer modo e a qualquer título que trabalham direta ou indiretamente no Contrato também se obrigam a cumprir todas as leis anticorrupção aplicáveis e garante que não irá, em razão deste Contrato, ou de quaisquer outras transações comerciais envolvendo as partes, transferir qualquer coisa de valor, direta ou indiretamente, a qualquer pessoa do setor privado ou funcionários do governo ou de empresas controladas pelo governo, a fim de obter ou manter qualquer outro benefício ou vantagem indevida. A CONTRATADA garante que nenhum dinheiro pago em virtude desse Contrato será utilizado a título de compensação ou de outra forma será usado para pagar qualquer vantagem ou benefício, em violação da lei aplicável.

**1.4 A CONTRATADA** declara e garante que não se encontra, assim como seus agentes, conselheiros, sócios ou acionistas, empregados e subcontratados, consultores, representantes de qualquer modo e a qualquer título, que trabalham direta ou indiretamente no Contrato, direta ou indiretamente (i) sob investigação em virtude de denúncias de suborno e/ou corrupção; (ii) no curso de um processo judicial e/ou administrativo ou foram condenados ou indiciados sob a acusação de corrupção ou suborno; (iii) listados em alguma entidade governamental, tampouco conhecidos ou suspeitos de práticas de terrorismo e/ou lavagem de dinheiro; (iv) sujeitos a restrições ou sanções econômicas e de negócios por qualquer entidade governamental; e (v) banidos ou impedidos, de acordo com qualquer lei que seja imposta ou fiscalizada por qualquer entidade governamental.

**1.5 A CONTRATADA** obriga-se a manter livros, contas, registros e faturas precisos e concorda que, a CONTRATANTE poderá, a seu critério, proceder auditorias nos livros, contas, registros, faturas e documentação de suporte, bem como realizar qualquer verificação com a CONTRATADA e/ou seus subcontratados, inclusive entrevistas com funcionários, visando avaliar o cumprimento de todos os regulamentos, leis e legislação anticorrupção pela

CONTRATADA, sem contudo exonerar e/ou diminuir suas responsabilidades perante a CONTRATANTE, terceiros e/ou autoridades competentes, sendo que a CONTRATADA irá cooperar totalmente no curso de qualquer auditoria, obrigando-se a apresentar as informações e documentos eventualmente necessários, sempre que solicitado.

**1.6 A CONTRATADA** notificará prontamente, por escrito, a CONTRATANTE acerca do recebimento de qualquer notificação de qualquer entidade governamental – qualquer dos poderes e administração pública direta ou indireta – relacionada a fatos ou investigações relativas a atos de corrupção, a respeito de qualquer suspeita ou violação do disposto nas leis anticorrupção e ainda de participação em práticas de suborno ou corrupção, assim como o descumprimento de qualquer declaração prevista nesta Cláusula.

**1.7** O não cumprimento de quaisquer regras anticorrupção aplicáveis, pela CONTRATADA ou seus subcontratados, ressalvadas as demais hipóteses de rescisão previstas em lei ou neste instrumento, será considerado uma infração grave e conferirá à CONTRATANTE o direito de rescindir de imediato o Contrato, ficando a CONTRATADA obrigada a eximir a CONTRATANTE de quaisquer ações, perdas e danos decorrentes de tal descumprimento. A CONTRATADA ficará responsável por indenizar a CONTRATANTE contra todo e qualquer dano que esta suporte em razão do descumprimento das obrigações e declarações estabelecidas nesta Cláusula.

