

PROGRAMA DE INTEGRIDADE CORPORATIVA

SPR COMUNICAÇÃO LTDA.

Apresentação

A SPR Comunicação Ltda. é uma agência que tem como princípio a conduta ética, o fazer o que é certo seguindo as melhores práticas de governança com transparência e honestidade, valorizando as pessoas interna e externamente.

Isso significa que, para a elaboração dessas diretrizes, foram considerados os nossos talentos, pois são essas pessoas que oferecem algo além do convencional que fazem nosso nível de entrega ser tão alto, e os métodos, já que o processo de trabalho é o potencializador da criatividade.

Também foram considerados os nossos clientes, pois é para eles e com eles que trabalhamos, buscando sempre superar as expectativas e fortalecer as relações com compromisso e confiança.

Sendo assim, esperamos com o presente Código de Conduta que sejam esclarecidas as regras das relações internas e externas de modo que todos tenham conhecimento e saibam como agir nas diferentes situações que podem ser enfrentadas no dia a dia, em como agir de modo ético no ambiente de trabalho.

O Código de Conduta e Ética da SPR deve ser aplicado e respeitado por todos os nossos administradores, funcionários, colaboradores, fornecedores e terceiros que tenham relacionamento com a nossa agência.

Queremos que o nosso ambiente e a nossa cultura organizacional se mantenham fundamentados no que é certo, na ética. Este Código sustenta o nosso jeito de ser orientado para uma boa convivência e trabalho saudável, seguro, íntegro e respeitoso.

O Programa de Integridade foi elaborado com a observância dos princípios e das normas legais e regulamentares que disciplinam programas dessa natureza e a atuação das empresas, notadamente as agências de publicidade e propaganda.

O nosso Comitê de Ética será o guardião do programa de integridade e esse, com autonomia e independência, cuidará para que as disposições do Código de Conduta e Ética sejam sempre observadas, colaborando para o seu constante aprimoramento e atuando, com autoridade, na análise e apuração de denúncias.

Para que isso ocorra, o Programa de Integridade prevê procedimentos específicos que permitam uma comunicação livre e eficiente, para que todos e cada um de nós seja um guardião dos princípios e valores que orientam este Programa. Colaborações, sugestões e denúncias serão recebidas, e a elas será conferida a maior atenção.

CÓDIGO DE CONDUTA ÉTICA DA SPR COMUNICAÇÃO LTDA.

- I. Introdução**
- II. Das relações interpessoais**
- III. Dos brindes, presentes, refeições ou favorecimentos**
- IV. Da seleção de empregados, colaboradores ou freelancers**
- V. Da contratação de fornecedores, veículos, prestadores de serviços e colaboradores**
- VI. Da guarda de documentação e da gestão de informações**
- VII. Do método e da qualidade**
- VIII. Da relação com os clientes**
- IX. Da relação com a Administração Pública**
- X. Das concorrências**
- XI. Das denúncias das infrações ao Código de Ética**
- XII. Das medidas disciplinares**
- XIII. Dos mecanismos de atualidade, aprimoramento e efetividade do Programa de Integridade**
- XIV. Do Comitê de Ética**
- XV. Das disposições finais**

Anexo I: Termo de Conhecimento e Adesão.

Anexo II: Termo de Inexistência de Impedimento.

Anexo III: Cláusulas-padrão de Adequação ao Código de Ética.

Anexo IV: Planilha de gestão de riscos.

I. Introdução

Art. 1 Este Código de Ética estabelece normas e procedimentos para orientar todos aqueles que atuam em nome da ou para a SPR Comunicação, seus colaboradores internos e externos, e todas as atividades por eles desenvolvidas, na adoção de condutas éticas, pautadas pela legislação vigente, inclusive, mas não somente, as destinadas ao combate à corrupção e aos atos lesivos à Administração Pública, tais como a Lei nº 12.846/13 (Lei Anticorrupção), a Lei nº 12.813/13 (Conflito de interesses no exercício de cargo ou emprego do Poder Executivo Federal que tenham acesso a informações privilegiadas), as Leis nº 8.666/93 e 14.133/21 (Leis Gerais de Licitações e Contratos Administrativos), a Lei nº 12.232/10 (Normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda), a Lei nº 8.429/92 (Lei de Improbidade Administrativa), o Código Penal Brasileiro, a Lei nº 4.680 (Decreto-Lei nº 2.848/40), a Lei nº 13.709/18 (LGPD), as normas regulamentares do CENP – Conselho Executivo das Normas-padrão e o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, o Código de Ética dos Profissionais da Propaganda e demais regulamentações do CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária.

- a) Estão abrangidos por este Código todos os sócios, administradores, empregados e colaboradores internos e parceiros da SPR Comunicação.
- b) Também são abrangidos por este Código os colaboradores da SPR Comunicação, assim entendidos como aqueles indivíduos ou empresas que possuem qualquer espécie de vínculo negocial com a SPR Comunicação, notadamente aqueles que atuam em seu nome ou a representam perante terceiros, quando estiverem no exercício dessa função.

Art. 2 O presente código será apresentado a terceiros que tenham relação com a SPR Comunicação, veículos e fornecedores que prestam serviços para os clientes por meio da SPR Comunicação, sendo que a contratação desses está condicionada à aceitação deste Código de Conduta e Ética, no que for aplicável.

Art. 3 Para assegurar e reafirmar de modo contínuo o seu comprometimento com o cumprimento das normas deste Código de Conduta e Ética, a diretoria da SPR Comunicação (assim entendida os sócios, diretores, gerentes e ocupantes de cargo de chefia) se compromete a:

- a) evidenciar em comunicações oficiais da SPR Comunicação, por meio de entrevistas, notas, mensagens, publicações no sítio eletrônico ou em qualquer veículo de mídia e comunicação, escrita, falada ou digital, os valores éticos e de integridade da SPR Comunicação;
- b) promover e participar de treinamentos e capacitações relacionados à ética e à integridade, incentivando a participação de todos os funcionários da companhia;
- c) permitir a correta, independente e efetiva apuração e encaminhamento de denúncias, bem como garantir a proteção necessária ao denunciante de boa-fé no curso da investigação; e
- d) participar da revisão periódica do Programa de Integridade, na forma prevista por este Código.

Art. 4 Os colaboradores da SPR Comunicação, parceiros, pessoa físicas ou jurídicas, devem observar a legislação em vigor e concordar com as regras e os princípios estabelecidos neste Código.

Art. 5 Este Código deverá ser constantemente aprimorado, visando garantir a sua atualidade e efetividade, principalmente com adesão às regras previstas em normas legais posteriores e pertinentes.

Art. 6 Cópia deste Código, bem como de suas atualizações, em versão eletrônica ou impressa, será entregue a todos aqueles referidos no Art. 1, e uma versão eletrônica deste Código deve ser disponibilizada no site da SPR Comunicação e poderá ser solicitada, a qualquer momento, aos superiores responsáveis.

§ 1º Após o conhecimento dos termos, normas, e procedimentos do Código de Ética, empregados, sócios, administradores e colaboradores assinam o “Termo de Conhecimento e Adesão” constante do Anexo I, o qual será renovado, se necessário, de acordo com cada atualização do Código de Conduta e Ética.

§ 2º Os empregados, sócios, administradores e colaboradores que possivelmente tenham alguma dúvida em alguma atividade comercial ou se encontrem em uma situação na qual não saibam que curso de ação correto tomar, devem, seguindo a lei e o disposto neste Código de Conduta, solicitar orientação até que se defina o procedimento adequado para o caso concreto enviando a dúvida para: v.g. comitedeetica@spr.com.br

II. Das relações interpessoais

Art. 7 Em sua atuação, a SPR Comunicação se compromete a agir de acordo com a legislação e com as normas éticas em relação à saúde e à segurança de seus funcionários e colaboradores, promovendo condições de trabalho adequadas e sustentáveis.

- a) Aqueles abrangidos por este Código devem conduzir suas atividades de maneira ética, de acordo com a legislação e com o que determina este Código.
- b) Nenhum empregado ou potencial empregado receberá tratamento discriminatório ou qualquer forma de assédio, intimidação ou qualquer conduta inapropriada em consequência de sua 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.

Art. 8 Os sócios, empregados e colaboradores da SPR Comunicação observam conduta respeitosa na comunicação feita em mídias eletrônicas, incluindo, mas não se limitando a e-mails, redes sociais, *blogs* e comentários em *sites*, sendo vedado comportamento ofensivo em relação à SPR Comunicação, seus clientes, colaboradores ou empregados e em nome da SPR para com a comunidade e o público em geral.

III. Dos brindes, presentes, refeições ou favorecimentos

Art. 9 É vedado o recebimento, por sócios, empregados e colaboradores da SPR Comunicação, de presentes, benefícios ou quaisquer outras formas de favorecimento, de qualquer espécie ou valor, oferecidos por veículos de comunicação, prestadores de serviços, fornecedores ou quaisquer outros contratados pela SPR Comunicação de forma pessoal.

- a) Não se inclui nessa vedação o recebimento de brindes, presentes, convites, material promocional e/ou material de divulgação por parte dos veículos ou fornecedores, bem como dos serviços bonificados, mas esses deverão ser recebidos em nome da SPR Comunicação, cabendo à direção definir, se for o caso, quem irá receber ou representar a empresa nos eventos.
- b) Também não se enquadra no disposto no *caput* deste artigo, ou seja, não caracteriza favorecimento, o recebimento de convites para eventos de caráter cultural, educativo, de entretenimento ou esportivos, mostras culturais, seminários, cursos e similares que tenham como objetivo fomentar a cultura dos colaboradores, empregados e/ou sócios da SPR Comunicação ou auxiliar direta ou indiretamente nas atividades desenvolvidas por eles.
- c) Em nenhuma hipótese devem ser recebidos brindes, presentes, convites ou qualquer material, bem como qualquer valor, em troca de favores ou promessa de favores, configurando aqui um caso de grave violação ao Código de Ética.
- d) Na hipótese de recebimento não solicitado de presentes, benefícios ou quaisquer outras formas de favorecimento referidos no parágrafo anterior, a direção da SPR Comunicação deverá ser imediatamente comunicada, cabendo-lhe:
 - I. o registro do recebimento;
 - II. a devolução imediata ao ofertante e, caso ele se recuse a receber de volta, o registro da recusa e a promoção de doação à instituição de caridade ou sem fins lucrativos.
- e) No caso de convites para eventos, viagens ou refeições, o gestor imediato do convidado deverá autorizar a aceitação, e a boa prática recomenda que cada um pague a sua parte. Nas hipóteses de a SPR Comunicação pagar as despesas com deslocamento, hospedagem e/ou alimentação, tais encontros e interações devem ter indicados os assuntos e objetivos profissionais tratados, sendo conduzidos com ética e preservação da imagem da SPR Comunicação. O registro deve ser enviado ao Comitê de Ética.
- f) A aceitação de qualquer brinde, ingresso, viagem, refeição ou convite pode afetar a imparcialidade e integridade das decisões comerciais da SPR Comunicação, não podendo em hipótese alguma ser considerada para qualquer tipo de favorecimento ao ofertante, devendo sempre serem priorizados os interesses dos clientes da SPR Comunicação.

Art. 10 É terminantemente vedada a oferta por sócios, funcionários e colaboradores da SPR Comunicação de presentes de qualquer espécie ou valor aos clientes, notadamente os que integram a Administração Pública, veículos de comunicação, prestadores de serviços, fornecedores ou quaisquer outros contratados pela SPR Comunicação.

- a) Não se inclui nessa vedação a oferta de brindes e material promocional, integrante da política de comunicação institucional e divulgação da SPR Comunicação.
- b) Na hipótese da letra **(a)** deste artigo, a direção da SPR Comunicação deverá ser informada, cabendo-lhe o registro das ofertas efetuadas.
- c) Em caso de dúvida, a direção deverá ser consultada previamente para a validação da oferta de brindes e material promocional, podendo, ainda, editar normas específicas, respeitadas, no que couber, as disposições legislativas vigentes.

Art. 11 É igualmente vedado a qualquer funcionário, sócio, diretor, administrador e quaisquer terceiros, diretos ou indiretos (temporários, prestadores de serviço, consultores, assessores e agentes) da SPR Comunicação, ainda que recebam determinação em contrário por parte de qualquer cliente, pagar, oferecer, autorizar e/ou prometer – direta ou indiretamente – qualquer quantia, bens de valor ou vantagem indevida a qualquer pessoa que seja um oficial, agente, funcionário ou representante de qualquer governo, nacional ou estrangeiro, ou de suas agências e organismos nacionais ou internacionais, ou a qualquer partido político, candidato ou ocupante de cargo público ou a escritórios de partidos políticos, ou a qualquer outra pessoa, com o intuito de obter ou manter um tratamento favorável indevido para os negócios da SPR Comunicação e/ou seus clientes, em violação às leis que versam sobre crimes e práticas de corrupção e contra a administração pública, em especial a Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

IV. Da seleção de empregados, colaboradores ou freelancers

Art. 12 O conhecimento deste Código de Conduta e Ética expressamente ratificado com a assinatura do Termo de Conhecimento e Adesão (Anexo I) é condição obrigatória para a contratação de colaboradores em regime de CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), contratos de prestação de serviços pactuados com terceiros e freelancers, guardadas as peculiaridades de cada caso.

- a) Uma vez contratado um novo colaborador, seja qual for o regime de contratação, ele deverá receber o mesmo treinamento às regras de Compliance da SPR Comunicação dispensado aos demais colaboradores, na forma prevista neste Código.

Art. 13 Na contratação de colaboradores que exerçam ou tenham exercido cargos ou emprego no âmbito da Administração Pública, especialmente os com poder de decisão em assuntos de interesse da SPR Comunicação, deverá ser exigida, além da assinatura do Termo de Conhecimento e Adesão (Anexo I), a assinatura do “Termo de Inexistência de Impedimento”, constante no Anexo II.

Art. 14 O processo seletivo e de tomada de decisão para contratação de novos colaboradores deve seguir todos os procedimentos internos da SPR Comunicação e, quando forem indicados por outros colaboradores, deverão ser oferecidas as mesmas condições de mercado, sem favorecimentos individuais, e analisados os candidatos sob os mesmos critérios de qualidade, expertise e reputação.

V. Da contratação de fornecedores, veículos, prestadores de serviços e colaboradores

Art. 15 A seleção de fornecedores (assim entendidos aqueles que prestam serviços ou fornecem bens para a SPR Comunicação e os que os prestam para os clientes da SPR Comunicação por sua intermediação) deverá se dar entre aqueles cadastrados no sistema da SPR Comunicação, dos quais será exigida:

- a.1) prova de regularidade mediante a apresentação de negativa federal, trabalhista e CNPJ ativo relacionado ao objeto;
 - a.2) conformidade com as leis e regulamentos aplicáveis;
 - a.3) respeito aos direitos humanos;
 - a.4) proteção e cuidado com o ambiente de trabalho, a saúde e a segurança de seus funcionários;
 - a.5) não empregar de mão de obra forçada ou infantil, ou qualquer tipo de exploração de crianças e adolescentes;
 - a.6) não estejam envolvidos em situações de subornos, vantagens ilícitas, corrupção, lavagem de dinheiro ou financiamento ao terrorismo;
 - a.7) concordem com este Código de Conduta e Ética e em realizar o(s) treinamento(s) fornecido(s) pela SPR, assinando o respectivo Termo de Concordância.
- b) Quando a contratação for de fornecedor para contratos firmados com a Administração Pública, deverão ser expressamente seguidas as determinações contratuais e legais aplicáveis.
- c) Aos funcionários, direção e colaboradores da SPR Comunicação, é vedada a solicitação de serviços dos fornecedores que exceda ao que foi contratado, não se admitindo nenhum formato de crédito ou compensação futura, ou qualquer outra promessa de pagamento ou serviço futuro ao fornecedor.
- d) Ao fornecedor contratado ou prestador de serviço, compete observar o que segue:
- I. não iniciar nenhum trabalho sem o pedido de produção e de inserção devidamente encaminhado pela SPR Comunicação;
 - II. só iniciar um orçamento após serem fornecidas todas as informações técnicas pela SPR Comunicação e após aceitação do Código de Conduta e Ética da SPR Comunicação;
 - III. os orçamentos e negociações deverão ser apresentados em documento timbrado e em PDF;
 - IV. valores orçados para a SPR Comunicação deverão seguir o mesmo padrão e valores dos orçados diretamente para o cliente;
 - V. não utilizar intermediário, exceto autorizado pela SPR Comunicação;
 - VI. cumprir os prazos combinados;
 - VII. a SPR Comunicação não trabalhará com nenhum formato de crédito ou compensação futura, ou qualquer outra promessa de pagamento ou serviço futuro.

Art. 16 A SPR Comunicação exige dos seus fornecedores, prestadores de serviços e colaboradores declaração sobre a eventual relação, seja como empregado, sócio, prestador de serviço, colaborador ou qualquer outro vínculo direto ou indireto, com quem exerça ou tenha exercido cargo ou emprego na Administração Pública, que caracterize situação de conflito de interesse, conforme definido na Lei nº 12.813/2013 ou em quaisquer outras restrições legais que condicionem à contratação de ocupantes ou ex-ocupantes de cargo ou emprego na Administração Pública.

- a) Nos casos em que seja declarada a relação referida neste artigo, caberá à direção avaliar a adoção de medidas adicionais de mitigação de eventuais riscos de desconformidades.
- b) Sem prejuízo das condições da Lei nº 12.813/2013, é vedada a utilização de quaisquer informações sigilosas ou privilegiadas da Administração Pública, obtida com quem exerça ou tenha exercido cargo ou emprego público.
- c) Também deverão ser informados à direção os vínculos pessoais entre fornecedores, veículos e clientes com colaboradores e empregados da SPR Comunicação, a fim de que sejam averiguados eventuais conflitos de interesse, e existindo, caberá a direção avaliar a adoção de medidas adicionais de mitigação de eventuais riscos de desconformidades.

Art. 17 A contratação de fornecedores, veículos, prestadores de serviços e colaboradores será orçada de acordo com parâmetros de mercado, especialmente quando se destinarem a serviços e suprimentos externos cujos custos de contratação forem cobertos pelos clientes da SPR Comunicação, na forma do item 3.6.1 das Normas-padrão da Atividade Publicitária.

- a) Na hipótese de orçamentos superiores aos valores usualmente praticados, será exigida a justificativa do valor adicional e a demonstração dos custos efetivos incorridos por fornecedores, prestadores de serviços e colaboradores nos contratos celebrados com a SPR Comunicação.
- b) Os contratos celebrados pela SPR Comunicação com seus fornecedores, prestadores de serviços e colaboradores, bem assim os termos de adesão e os pedidos, irão explicitar o escopo contratado e a respectiva remuneração, sendo vedada qualquer remuneração ou pagamento não previstos de modo expreso nos respectivos contratos, salvo a oferta dos itens descritos no art. 10, letra a, deste Código de Conduta e Ética.
- c) Os pagamentos serão realizados na forma prevista em contrato, termo de adesão ou pedido, observada a obrigação de emissão de notas fiscais que definam e detalhem o objeto do pagamento efetuado, vedada a intermediação de terceiros, salvo quando decorrente de previsão legal ou regulamentar, ou, ainda, se assim for usualmente praticado no desempenho específico da respectiva prestação contratada, hipótese na qual essa intermediação deverá ser devidamente prevista contratualmente.

Art. 18 Na relação com os veículos de comunicação, a SPR Comunicação atuará sempre por conta e ordem do cliente (anunciante) e atendendo ao que determinam as Normas-padrão CENP e a legislação aplicável, escolhendo os veículos por critérios técnicos sem interferência de eventuais programas de incentivo, cumprindo o que está previsto no item 4.1.1 das Normas-padrão do CENP.

VI. Da guarda de documentação e da gestão de informações

Art. 19 É expressamente vedado aos empregados, prepostos, colaboradores ou fornecedores a divulgação de informações, para qualquer pessoa física ou jurídica, relativas aos clientes da SPR Comunicação que não seja para atendimento do contrato de prestação de serviços de publicidade, salvo quando essas já forem de domínio público.

Art. 20 Com o intuito de auxiliar o controle e investigação posteriores, os documentos e informações a seguir deverão ser devidamente registrados e arquivados, preferencialmente em meio digital, durante os períodos mínimos adiante especificados:

- a) documentação referente à relação da SPR Comunicação com a Administração Pública, incluindo, mas não se limitando, aos extratos de reunião, a participação em licitações, contratos celebrados, inclusive correlatos, processos de fiscalização, procedimentos relacionados à cobrança e pagamento de tributos e procedimentos de licenciamento ou obtenção de autorizações ou permissões administrativas: prazo indeterminado;
- b) registros contábeis e demonstrações financeiras, e os respectivos relatórios de auditoria: 05 (cinco) anos;
- c) comprovantes de cálculo e pagamento de tributos: 05 (cinco) anos;
- d) registros trabalhistas: 05 (cinco) anos;
- e) documentação relativa aos contratos, termos de adesão ou pedidos celebrados com terceiros privados, não integrantes da Administração Pública, direta ou indireta, incluindo, mas não se limitando a: veículos de comunicação, prestadores de serviços, fornecedores da SPR Comunicação: 05 (cinco) anos; e
- f) o registro de e-mails, cartas, ofícios ou quaisquer formas de comunicação escrita, ressalvadas aquelas referidas à relação com a Administração Pública, que observam o prazo do inciso I deste artigo: 02 (dois) anos.

Art. 21 A critério dos Administradores da SPR Comunicação, os prazos acima poderão ser estendidos, para documentos, registros e informações específicas.

Art. 22 Nos contratos celebrados pela SPR Comunicação, o responsável pela conta possui a obrigação de registrar e reduzir a termo: o instrumento contratual; as comunicações com a outra(s) parte(s) contratante(s) relacionadas à renegociação das condições contratuais, à informação de descumprimento de obrigações, à constituição de mora, à aplicação de sanções contratuais, ao pagamento de indenizações e rescisão contratual e à comprovação da entrega do objeto contratado.

Art. 23 As informações confidenciais da SPR Comunicação, seus negócios, clientes, fornecedores, parceiros comerciais ou terceiros são protegidas, vedado aos destinatários deste Código a utilização dessas informações, salvo por expressa previsão legal, decisão judicial, ou, ainda, quando autorizado pela direção da SPR Comunicação ou quando houver indicação clara de que a própria SPR Comunicação divulgou publicamente essas informações.

- a) Os dados pessoais dos sócios, administradores, empregados e colaboradores da SPR Comunicação também são informações confidenciais, cabendo àqueles que detenham acesso a esses dados a obrigação de mantê-los privados e protegidos.
- b) A restrição do parágrafo anterior não alcança a divulgação dos nomes e cargos em comunicação oficial da SPR Comunicação, em licitações públicas ou concorrências privadas, em portfólio ou em seu *site*.

VII. Do método e da qualidade

Art. 24 No desempenho das suas atividades, a SPR Comunicação, seus sócios, empregados e colaboradores se comprometem a assegurar a qualidade dos serviços prestados aos seus clientes, utilizando-se de metodologias específicas criadas por cada setor, em constante processo de aprimoramento e amplamente divulgadas internamente, garantindo, assim, um processo de trabalho organizado e eficiente.

VIII. Da relação com os clientes

Art. 25 A contratação da SPR Comunicação por seus clientes será sempre formalizada em contratos, termos de adesão ou pedidos por escrito, observadas as normas vigentes, especialmente quanto à remuneração, à vigência e às obrigações, e, na sua execução, deverão observar as condições previstas nos contratos.

Art. 26 É vedado o recebimento de qualquer remuneração ou pagamento pela SPR Comunicação, seus sócios, empregados e colaboradores, senão aqueles estabelecidos nos contratos com o seu cliente, bem como o pagamento de comissões, presentes, bonificações ou quaisquer compensações a pessoas relacionadas, direta ou indiretamente, com o cliente.

Art. 27 Os serviços e suprimentos cujos respectivos custos são assumidos pelo cliente somente poderão ser executados com a sua prévia e expressa autorização que pode ser formalizada pelo próprio contrato, preferencialmente por e-mail, outra forma escrita de fácil comprovação ou mediante assinatura física ou digital nos orçamentos apresentados pela SPR Comunicação, que deverão ser guardados para eventual comprovação.

Art. 28 A SPR Comunicação encaminhará a fatura ao cliente após o término das veiculações e trabalhos autorizados, acompanhada das faturas dos veículos e demais prestadores de serviços, e dos respectivos comprovantes, ou, conforme disposição contratual, as faturas de veículos e de fornecedores serão enviadas diretamente aos clientes.

IX. Da relação com a Administração Pública

Art. 29 Regem-se por esta seção quaisquer interações entre a SPR Comunicação e a Administração Pública, incluindo, mas não se limitando, à participação em licitação, à execução de contratos administrativos, ao pagamento de tributos, à sujeição a fiscalizações e à obtenção de autorizações, licenças, permissões e certidões.

Art. 30 A atuação dos sócios, empregados e colaboradores da SPR Comunicação no relacionamento com agentes públicos são pautadas na transparência, ética, probidade e boa-fé, abstendo-se de condutas que envolvam o pagamento de propina ou entrega de benefícios indevidos a agentes públicos, que levem ou não à obtenção de vantagem indevida para a empresa, para si ou para outrem, sendo vedado prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, qualquer vantagem indevida à agente público, ou à terceira pessoa a ele relacionada, no relacionamento com qualquer esfera do Poder Público.

Art. 31 A comunicação com agentes públicos é feita de modo formal e registrada para controle posterior.

- a) Quando a Lei estipular meios e formas de comunicação com a Administração Pública, notadamente em processos licitatórios, eles deverão ser obrigatoriamente utilizados pelo representante da SPR Comunicação.
- b) Ao se reunir com agentes públicos, o representante da SPR Comunicação irá:
 - I. requisitar formalmente, quando do seu interesse, a realização da reunião, utilizando-se dos canais ou procedimentos institucionais exigíveis;
 - II. elaborar extratos das reuniões realizadas, que deverão ficar guardados sob a responsabilidade do responsável pela conta;
 - III. sempre que possível, se fazer acompanhar por outro representante da SPR Comunicação em reuniões estrategicamente relevantes;
 - IV. utilizar-se das dependências oficiais da entidade ou órgão da Administração Pública, ou das dependências da SPR Comunicação.

Art. 32 Em todas as atividades realizadas em nome da SPR Comunicação, será observada a legislação contábil e fiscal, sendo adequadamente registradas as transações realizadas e coibidas fraudes ou desvios.

Art. 33 Sem embargo do exercício das garantias e proteções legais voltadas a coibir excessos praticados por agentes públicos, é vedado dificultar as atividades envolvidas na investigação ou fiscalização realizada por órgãos, entidades ou agentes públicos, ou intervir indevidamente em sua atuação.

Art. 34 São vedadas as condutas que frustrem ou fraudem o caráter competitivo de procedimentos licitatórios, notadamente a realização de qualquer ajuste ou combinação entre privados ou com agentes públicos.

- a) Em especial, é vedada a prática de atos que impliquem no descumprimento dos dispositivos da Lei nº 12.232/2010 que se destinam a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento da sua autoria, até a abertura dos invólucros que tragam a via identificada do plano de comunicação publicitária.

Art. 35 A execução dos contratos celebrados com a Administração Pública será realizada nos exatos termos avençados, e eventuais alterações deverão ser formalizadas por termo aditivo com estrita observância às disposições legais.

X. Das concorrências

Art. 36 A SPR Comunicação compromete-se com uma conduta transparente, leal, ética, profissional e discreta nas concorrências que participa, sejam elas públicas ou privadas. Dessa forma, todos os sócios, colaboradores, empregados ou prepostos que atuarem em nome da SPR Comunicação em concorrências devem:

- a) respeitar a imagem da agência e/ou seu produto;
- b) respeitar os concorrentes e/ou seu produto;
- c) respeitar todas as pessoas envolvidas, tanto interna como externamente;
- d) não divulgar informações falsas ou agir de forma antiética para conseguir informações;
- e) em nenhuma hipótese combinar preços ou estratégias de mercado com concorrentes;
- f) facilitar e agir para a obtenção de um ambiente de negócios lícito, moral e livre de manipulações, esquemas ou fraudes.

XI. Das denúncias das infrações ao Código de Ética

Art. 37 Caberá ao Comitê de Ética da SPR Comunicação o recebimento e a apuração das denúncias de atos que atentem contra o Programa de Integridade e as normas desse Código de Ética.

§ Único. As denúncias deverão ser formalizadas por escrito por meio do formulário eletrônico disponível no canal de denúncias da SPR Comunicação, disponível na ouvidoria da plataforma Feedz.

Art. 38 A cada processo de apuração à infração ao Código de Ética (processo ético) aberto será nomeado, dentre os integrantes do Comitê de Ética, um relator que será responsável pela apuração dos fatos e o relatório final que deverá ser acolhido pelos demais integrantes do Comitê de Ética.

Art. 39 Deverá ser guardado sigilo quanto à identidade do denunciante de boa-fé, bem como proteção contra represálias, e somente será divulgada a origem da denúncia quando imprescindível à investigação ou para apurar eventual má-fé ou calúnia, ao término das investigações.

Art. 40 Recebida a denúncia, caberá ao relator nomeado a promoção de investigações que se façam necessárias à prova do cometimento do ato contrário às disposições deste Código, sendo assegurado ao acusado o direito de se defender dessas acusações.

- a) Na condução dos processos de investigação, a SPR Comunicação poderá contar com a assessoria e consultoria de terceiros, notadamente empresas de auditoria e escritórios de advocacia, contratados para esse fim.
- b) A critério do Comitê de Ética e do relator nomeado para o caso, poderá ser solicitado o apoio de empregados ou colaboradores para a realização de tarefas necessárias aos processos de investigação, atentando-se para não comprometer as tarefas e atividades usuais do empregado ou colaborador; se ele comprovar que o apoio prestado poderá prejudicar a consecução das suas atividades e tarefas usuais, poderá negar o auxílio solicitado.
- c) Sem prejuízo do regular processo de apuração, o relator poderá, quando do recebimento da denúncia e com o apoio do Comitê de Ética, sócios e administradores da SPR Comunicação, adotar medidas para a pronta interrupção de eventuais irregularidades ou infrações referidas na denúncia, bem como deverá tomar as providências necessárias à remediação de danos eventualmente gerados.

Art. 41 Encerrado o processo de investigação, o relator elaborará relatório fundamentado, com a descrição do ato ilícito, as provas colhidas e a conclusão quanto ao arquivamento ou a aplicação das medidas disciplinares previstas neste Código. O relatório deverá ser aprovado pela direção da SPR Comunicação, representada por seus sócios e Administradores, por maioria de votos.

Art. 42 Caso o denunciado seja sócio, administrador ou diretor da SPR Comunicação, ele não fará parte do processo ético e nem poderá participar das reuniões relativas a esse, principalmente não poderá participar da votação do relatório final.

XII. Das medidas disciplinares

Art. 43 As infrações a este Código de Ética ensejam a aplicação das seguintes medidas disciplinares:

- a) No caso de sócios da SPR Comunicação:
 - I. advertência;
 - II. pagamento de indenização referente aos danos e prejuízos ocasionados à SPR Comunicação em virtude da infração;
 - III. em casos considerados graves, desligamento *ad referendum* da sociedade, mediante o prévio pagamento do valor da participação do sócio na SPR Comunicação, descontado o valor da indenização referida na alínea anterior.
- b) No caso de empregados da SPR Comunicação:
 - I. advertência sem inscrição no registro do histórico profissional do infrator;
 - II. advertência formal com inscrição no registro do histórico profissional do infrator;
 - III. demissão por justa causa, observados os procedimentos da legislação trabalhista;
 - IV. pagamento de indenização referente aos danos e prejuízos ocasionados à SPR Comunicação em virtude da infração.
- c) No caso de fornecedores, prestadores de serviços ou colaboradores:
 - I. aplicação de multa no valor equivalente a 6 (seis) salários mínimos, salvo se prevista de modo diverso no respectivo contrato;
 - II. extinção do vínculo com a SPR Comunicação, mediante rescisão contratual ou instrumento equivalente, não sendo devida qualquer indenização por parte da SPR Comunicação;
 - III. proibição de ser contratado ou de estabelecer vínculos com a SPR Comunicação por prazo não inferior a 2 (dois) anos;
 - IV. pagamento de indenizações por eventuais danos ou prejuízos ocasionados à SPR Comunicação em virtude do ato ilícito.

Art. 44 Na definição da medida disciplinar eventualmente cabível, serão consideradas, além da proporcionalidade e razoabilidade, segundo a gravidade da infração, a primariedade do processado, o histórico de contribuição positiva para a SPR Comunicação, a repercussão interna e externa do fato, observadas, ainda, as seguintes circunstâncias:

- a) a natureza e a gravidade da infração, sobretudo quanto à extensão dos danos causados pelo infrator à SPR Comunicação, aos seus clientes, e a terceiros, notadamente a Administração Pública;
- b) as vantagens auferidas pelo infrator em decorrência da infração;
- c) as circunstâncias atenuantes e agravantes, observadas em cada caso; e
- d) os antecedentes do infrator, inclusive acerca de eventuais reincidências.

Art. 45 A graduação das medidas disciplinares observará as seguintes escalas:

- a) A infração será considerada leve quando decorrer de conduta involuntária, perfeitamente remediável ou escusável e da qual o infrator não se beneficie.
- b) A infração terá gravidade média quando decorrer de conduta voluntária, mas que seja remediável ou que tenha sido efetuada pela primeira vez pelo infrator, sem a ele trazer qualquer benefício ou proveito.
- c) A infração será considerada grave quando se constatar presente um dos seguintes fatores:
 - I. ter o infrator agido com má-fé;
 - II. da infração decorrer benefício direto ou indireto para o infrator;
 - III. o infrator for reincidente no cometimento de infração de gravidade média.
- d) A infração será considerada gravíssima quando se constatar que:
 - I. o infrator prejudicou a imagem corporativa da SPR Comunicação;
 - II. o infrator causou prejuízo econômico significativo para a SPR Comunicação ou terceiros;
 - III. a infração provocar grande lesividade, por se constituir em ato expressamente ilícito previsto na legislação pertinente, notadamente no Decreto-Lei nº 2.848/1940 (Código Penal Brasileiro), na Lei nº 8.429/1992 (artigos 9 a 11), na Lei nº 8.666/1993 (artigos 86, 88 a 99), Lei nº 12.232/2010 (artigo 12) e na Lei nº 12.846/2013 (artigo 5).

§ único. Havendo reincidência na prática de infração considerada leve, para fins do disposto no presente Código, passará a ter as implicações pertinentes àquelas de gravidade média.

Art. 46 As medidas disciplinares previstas na letra “a”, inciso III (desligamento do quadro de sócios), na letra “b”, inciso III (demissão por justa causa) na letra “c”, inciso III (proibição de ser contratada pela SPR Comunicação), todos do artigo 43, somente serão aplicadas na hipótese de cometimento de infração gravíssima.

Art. 47 No caso de infração gravíssima prevista na letra c, do inciso IV, do artigo 45 deste Código, o relator responsável pela apuração irá comunicar as autoridades competentes do fato ocorrido e colaborar com as autoridades para a apuração do ilícito.

XIII. Dos mecanismos de atualidade, aprimoramento e efetividade do Programa de Integridade

Art. 48 A atualidade, aprimoramento e efetividade do Programa de Integridade devem ser observadas pelas normas previstas neste Capítulo, voltadas precipuamente:

- a) à realização de treinamentos constantes;
- b) ao monitoramento da execução do Programa de Integridade, especialmente acerca do levantamento, da análise e do encaminhamento dos dados objetivos, pelas sugestões, informações e denúncias obtidas pelos canais de comunicação (ouvidoria da plataforma Feedz e e-mail comitedeetica@spr.com.br); e
- c) à revisão periódica das políticas, manuais, regras e procedimentos que compõem o Programa de Integridade, inclusive dos termos deste Código.

Art. 49 Como forma de orientar a atualidade, aprimoramento e efetividade do Programa de Integridade, será periodicamente atualizado o Perfil de Risco da SPR Comunicação, documento que ficará de posse do Comitê de ética e será consultado nos casos em que se torne necessário. A finalidade desse relatório de risco é a identificação clara e precisa de pontos de maior exposição da Agência para que sejam monitorados e avaliados com adoção de medidas de mitigação a serem incorporadas no presente Programa de Integridade.

Art. 50 Para assegurar a devida compreensão e observância do Programa de Integridade, serão promovidos treinamentos periódicos, que poderão incluir, além da distribuição de material de aprendizado e canal permanente para esclarecimentos (ouvidoria da plataforma Feedz e e-mail comitedeetica@spr.com.br), a realização de cursos, seminários e palestras destinadas aos sócios, empregados, colaboradores e, quando necessário, aos fornecedores, prestadores de serviços e clientes.

- a) Os treinamentos serão obrigatórios para os novos sócios, diretores, empregados e colaboradores da SPR Comunicação e deverão, ainda, ser realizados sempre que houver alterações significativas no Programa de Integridade.
- b) O encaminhamento de dúvidas e sugestões será promovido mediante formulário eletrônico, a ser enviado, por e-mail, aos sócios, administradores, empregados e colaboradores.
- c) A SPR Comunicação irá prover a estrutura e locais adequados à realização dos treinamentos relativos ao Programa de Integridade.

Art.51 A direção da empresa e o Comitê de Ética deverão realizar o constante monitoramento do Programa de Integridade para assegurar a efetividade das suas regras e procedimentos, para a correta identificação de fragilidades e para garantir a atualidade e o aprimoramento deste Programa, constituindo instrumentos de monitoramento do Programa de Integridade:

- a) o recebimento, análise e encaminhamento das dúvidas, sugestões e consultas realizadas pelos canais de comunicação (ouvidoria da plataforma Feedz e e-mail comitedeetica@spr.com.br);
- b) o recebimento, análise e encaminhamento das denúncias realizadas;
- c) o resultado da pesquisa de satisfação e da avaliação de desempenho previstas na Política de Aprendizado de Integridade;
- d) a elaboração de Relatório Anual do Programa de Integridade.

Art. 52 Para possibilitar o monitoramento e a avaliação deste programa de integridade, as consultas, denúncias e sugestões deverão ser todas registradas, promovendo-se sua divisão pelo objeto ao qual se referem de modo que temas recorrentes possam ser encaminhados para tomada de medidas, tais como:

- a) realização de treinamento específico;
- b) revisão do Código de Integridade;
- c) revisão das Políticas que compõem o Programa de Integridade;
- d) revisão do Perfil de Risco.

Art. 53 Periodicamente serão realizadas pesquisas de satisfação e avaliação do Programa de Integridade junto aos sócios, empregados e colaboradores internos da SPR Comunicação e, a partir dessas, o Comitê de Ética irá proceder à análise e elaboração de relatório com as conclusões acerca das pesquisas de satisfação e avaliação.

§ Único. O relatório previsto no caput deverá consignar, especialmente:

- I. a existência de elementos de insatisfação acentuada, com a recomendação da respectiva medida de saneamento ou proposta de encaminhamento dentro das estruturas decisórias do Programa de Integridade;
- II. a existência de elementos com alta aceitação, para registro da necessidade de estímulo e continuidade;

- III. a existência de pontos que demandam maior dificuldade de aprendizado, de modo a se concluir pelo aperfeiçoamento do treinamento ou material de aprendizado, ou pela necessidade de revisão da norma ou do procedimento não compreendido para facilitar a sua compreensão futura;
- IV. a identificação de colaboradores que apresentem maior resistência ou incompreensão ao Programa de Integridade, de modo a se estabelecer um procedimento de aprendizado específico.

Art. 54 No final de cada ano, o Comitê de Ética deverá apresentar Relatório Anual do Programa de Integridade, no qual restará consignado:

- a) o resumo do monitoramento do Programa;
- b) os principais eventos e ocorrências havidos no período, inclusive as consultas e denúncias encaminhadas pelos canais de comunicação (ouvidoria da plataforma Feedz ou e-mail comitedeetica@spr.com.br) e as conclusões dessas;
- c) a relação dos treinamentos e material de aprendizado produzidos, inclusive com a frequência;
- d) os relatórios produzidos pelo Comitê de Ética ou relatores dos processos éticos;
- e) as recomendações para aprimoramento do Programa de Integridade, a partir dos dados e informações produzidos dentro do processo de monitoramento.

Art. 55 Cabe aos sócios da SPR Comunicação a aprovação deste Código, bem como, a aprovação das revisões que vierem a ser promovidas no mesmo.

XIV. Do Comitê de Ética

Art. 56 Para dar fiel cumprimento ao disposto neste Código, o Comitê de Ética será o responsável pelo processamento e decisão acerca da interpretação e aplicação deste Código de Ética, bem como pelo processamento de representações acerca de eventuais desvios, aplicação de medidas disciplinares eventualmente cabíveis, bem como resposta a dúvidas suscitadas sobre a interpretação deste Código.

Art. 57 O Comitê de Ética será composto por duas pessoas escolhidas em reunião de sócios da SPR Comunicação, sendo **(a)** um membro escolhido entre os sócios ou alguém contratado para o cargo; e, **(b)** um membro escolhido entre os colaboradores da SPR Comunicação.

- a) A instauração e composição do Comitê de Ética será divulgada aos empregados e colaboradores da SPR Comunicação.
- b) A ata de reunião de sócios em que houver a deliberação para escolha dos membros do Comitê de Ética será arquivada na Junta Comercial do Rio Grande do Sul.
- c) O mandato dos membros do Comitê de Ética, salvo o membro escolhido entre os sócios, será de 2 (dois) anos.
- d) O membro escolhido entre os sócios exercerá a presidência do Comitê de Ética e terá mandato correspondente ao exercício do cargo, podendo ser destituído e substituído a critério dos sócios da SPR Comunicação e de acordo com as disposições contratuais se for alguém contratado para o cargo.

Art. 58 As revisões e as atualizações periódicas desse Código de Ética serão encaminhadas pelo Comitê de Ética à aprovação dos sócios da SPR Comunicação.

Art. 59 As atribuições procedimentais do Comitê de Ética poderão ser delegadas, no todo ou em parte, por decisão do próprio Comitê, para algum colaborador ou alguém contratado para o cargo.

Art. 60 Os atos do Comitê de Ética serão sempre formalizados por escrito e, no caso de decisões, formalizadas em reunião, da qual se lavrará a respectiva ata.

XV. Das disposições finais

Art. 61 Integram o presente Código os seguintes Anexos:

Anexo I: Termo de Conhecimento e Adesão.

Anexo II: Termo de Inexistência de Impedimento.

Anexo III: Cláusulas-padrão de Adequação ao Código de Ética.

Anexo IV: Planilha de gestão de riscos.

Art. 62 Este Código será levado a registro em Cartório Notarial para que dele, e de todos os seus termos, haja ciência pública.

Art. 63 Este Código entra em vigor na data de sua divulgação interna a todos os colaboradores da SPR Comunicação, o que não exclui a aplicação das normas legais e éticas vigentes anteriormente à sua edição.