



Programa de Integridade

**CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA DA  
FLAP**

Este Código é parte integrante do Programa de Integridade da FLAP e apresenta os valores e princípios que balizam as atividades da empresa, além de estabelecer, de forma objetiva, as regras de conduta que devem ser observadas e aplicadas a todos os envolvidos nas atividades da FLAP.

Documento revisado aprovado em reunião no dia 28 de julho de 2023.

Versão 2



## Sumário

- 1 – Palavra dos sócios
- 2 – Introdução
- 2 – Missão
- 4 – Visão
- 5 – Valores
- 6 – Alcance
- 7 – Ética e integridade
- 8 – Condutas e Relacionamentos
- 9 – Denúncias
- 10 – Medidas disciplinares
- 11 – Disposições finais

### **1 – Palavra dos sócios**

A FLAP foi fundada a partir do sonho de fazer comunicação de uma forma mais criativa, impactante e encantadora. Mais do que fazer diferente, a gente queria fazer a diferença. Para nossos clientes, para nossos colaboradores, para o mercado de Brasília, para o marketing promocional e para a comunicação como um todo. Podemos dizer que fomos, e continuamos sendo, bem-sucedidos nesse objetivo. Mas sempre dá para melhorar.

Muitos projetos incríveis depois, é possível dizer que, hoje, a FLAP existe para desenvolver projetos de experiência de marca, que promovam interação, toquem as pessoas e gerem resultados para os nossos clientes.

E tudo isso só é possível porque a FLAP sempre fez e continua fazendo tudo com muito respeito. Respeito pelos colaboradores, clientes, pelo dinheiro dos clientes, pelos parceiros e consumidores.

Buscamos sempre ter entusiasmo diante dos desafios, projetos e ideias de clientes e colaboradores; nossos esforços são sempre orientados para a mensuração de resultados que demonstrem a satisfação do consumidor com a experiência e o impacto disso nos negócios do cliente. Temos o compromisso pessoal com a entrega, com o resultado, com a qualidade das relações e com os prazos acordados. Simples ou complexo, a gente sempre resolve os problemas de nossos clientes.

Nossa forma de trabalhar sempre foi um diferencial da empresa, mas acreditamos que sempre é possível melhorar, se mantendo alinhado com o mercado e as melhores práticas de gestão.

Pensando nisso, foi elaborado um Programa de Integridade que leva em consideração os princípios e normais legais que servirão de norte para a atuação da FLAP e a forma como a empresa se relaciona no mercado de Comunicação do Brasil e do exterior



## 2 – Introdução

A FLAP, atuante no mercado desde 2005, é considerada uma das mais importantes empresas no segmento de *live marketing* no Brasil, tendo recebido diversos prêmios como reconhecimento pela excelência nos trabalhos, tais como Agência Lusófona do Ano de Ativação e Eventos do Biênio 2018/2019, Agência de Live Marketing do Ano Ampro Globes 2013 – Regional Centro-oeste, Agência de Promoção do Ano de 2015 do Prêmio Colunistas Brasília e mais de 80 outras medalhas em prêmios regionais, nacionais e internacionais.

Este resultado é fruto de trabalho executado com transparência, honestidade, profissionalismo, sustentabilidade, responsabilidade social, bem como outros valores que permitiram à FLAP consolidar diretrizes de ética e integridade.

Visando coibir toda e qualquer forma de corrupção na execução das suas atividades, implementou políticas de governança que inclui um conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade.

O Programa advém de legislações e comportamentos mercadológicos, sendo denominado no meio empresarial como *compliance*, que tem origem no verbo em inglês *to comply*. Estar em *compliance* é, portanto, agir de acordo com a regra.

Além disso, o Programa é baseado no perfil da FLAP e de seus colaboradores, tendo o comprometimento da alta gestão. Para tanto, foi instituído na FLAP um comitê independente responsável pelo monitoramento contínuo do programa.

Na mesma linha, o programa tem como pilar o presente Código de Ética e Conduta, que expõe os valores e crenças da FLAP que devem ser observadas por todos os colaboradores, fornecedores, parceiros comerciais e, inclusive, clientes, sejam privados ou públicos.

O Código de Ética traz o compromisso FLAP com a sociedade.

Por sua vez, as normas de conduta apontam as diretrizes para orientar a postura de seus colaboradores no ambiente de trabalho, bem como dos parceiros comerciais e clientes durante a execução dos seus serviços.

Além do Código de Ética e Conduta, o Programa é composto de diversas políticas, que detalham exhaustivamente o comportamento a ser seguido nas mais diversas áreas de atuação da empresa.

A FLAP preza pelo mais elevado padrão de *compliance*, contando com um sigiloso e efetivo canal de denúncias para apurar qualquer desvio de conduta ou falta na consecução dos trabalhos, de forma a garantir a lisura e aplicação de todas as regras do Código de Ética e Conduta.



A alta gestão da FLAP firmou compromisso de zelar pela estreita observância ao Código, incentivando todos que se relacionam com ela.

O Código e suas Políticas são revisados periodicamente, de forma a manter a FLAP em perfeita sintonia com os mais elevados padrões de combate a corrupção.

Aos que já se relacionam com a FLAP, os textos a seguir terão conteúdo familiar. Aos que ainda não conhecem o jeito FLAP de ser, rapidamente compreenderão o universo FLAP.

A FLAP acredita na interação com o setor público com base na ética e transparência, bem como no respeito e dignidade a todos os envolvidos.

Embarque com a FLAP neste caminho de probidade, ética e responsabilidade social.

### 3 – Missão

Desenvolver projetos de experiência de marca, que promovam interação, toquem as pessoas e gerem resultados para os nossos clientes.

### 4 - Visão

Conquistar o mercado brasileiro de *live marketing* a partir de Brasília, tornando-se referência de qualidade e confiabilidade na entrega de soluções criativas.

### 5 - Valores

Inconformismo com o lugar-comum, com o NÃO e com o inerte. Somos capazes de melhorar sempre.

Entusiasmo diante da vida, dos desafios, projetos e ideias.

Foco em resultados para a empresa e para os clientes. Esforços orientados para a mensuração de resultados que demonstrem a satisfação do consumidor com a experiência e o impacto disso nos negócios do cliente.

Compromisso pessoal com a entrega, com o resultado, com a qualidade das relações e com os prazos acordados. A gente se vira e resolve.

Respeito pelas pessoas, pelas relações, pelas diferenças, pelo meio ambiente, pelo dinheiro do cliente e pela inteligência do consumidor.

Ética em todas as relações.



## 6 – Alcance

O presente Código de Ética e Conduta tem alcance a toda e qualquer pessoa, física ou jurídica, que se relacione, direta ou indiretamente, com a FLAP.

Deve ser conhecido por todos os sócios, colaboradores, incluindo estagiários e prestadores de serviços, bem como aos parceiros comerciais e clientes (público ou privado).

Os parceiros comerciais e prestadores de serviço que se relacionam com a FLAP se obrigam a cientificar seus colaboradores e demais subordinados sobre os termos do Código de Ética e Conduta, bem como sobre as Políticas de Integridade.

Todo colaborador que vier a integrar a equipe da FLAP, bem como todo prestador de serviço e/ou parceiro comercial que vier a se relacionar com a FLAP deverá tomar conhecimento do Código e Políticas, levando o mesmo ao conhecimento das pessoas sob sua responsabilidade.

A FLAP cientifica a Administração Pública em todas as suas contratações, devendo os Agentes Públicos tomarem conhecimento sobre as diretrizes da FLAP no combate a corrupção.

## 7 – Ética e integridade

A “ética”, oriunda do grego *ethos*, é um ramo da filosofia que estuda o comportamento humano. É o conjunto de regras de ordem moral do indivíduo em sociedade. Está intrinsecamente ligada ao caráter e aos costumes.

Por sua vez, “integridade” traz a ideia de retidão, de conduta proba pelo indivíduo.

Sobre esses conceitos se alicerça a FLAP, que preconiza pela escorreita conduta em suas atividades, de forma a prestigiar, não apenas a legislação atinente às suas atividades, mas, também, a imagem construída ao longo dos anos, como empresa comprometida com os bons costumes.

A disseminação desses valores e comportamentos deve ultrapassar as fronteiras de relacionamento da FLAP.

## 8 – Condutas e Relacionamentos

Os destinatários deste Código devem tomar conhecimento das regras, permitindo a efetiva implementação, devendo agir de forma a adotar e observar as diretrizes constantes do documento.



## 8.1 – Ambiente de trabalho

A FLAP zela pelo ambiente de trabalho seguro e saudável, com observância à legislação trabalhista de forma a garantir todos os direitos de seus colaboradores e funcionários.

A alta gestão da FLAP, comprometida com o Programa de Integridade, monitora as relações de trabalho a fim de evitar qualquer transgressão às normas, repudiando e combatendo qualquer ato de assédio, constrangimento e/ou, discriminação.

Os colaboradores são motivados a disseminar as condutas deste Código, bem como das Políticas de Integridade.

O ambiente de trabalho da FLAP não permite a ocorrência de quaisquer ilícitos, seja com subornos, extorsões ou qualquer outra vantagem indevida que possa caracterizar, não somente corrupção nos termos da Legislação, mas, também, imoralidade ou ato de improbidade.

Não é permitido no ambiente da FLAP, inclusive nas atividades externas, atos de agressão, ameaça, assédio, constrangimentos, comportamentos inadequados, exibição e disseminação de conteúdos com conotação sexual e/ou ilegal, difamação, uso de substâncias proibidas por Lei e quaisquer outras condutas inadmitidas na legislação aplicável.

Também não é permitido comportamento público inadequado, com participação de grupos inidôneos ou exercício de atividade socialmente reprovável ou que caracterize conflito de interesse em relação às atividades da FLAP.

É dever de todos promover a integridade, de forma a respeitar as diferenças individuais, repudiando discriminação por raça, sexo, gênero, nacionalidade, cor, idade, religião, cunho político e posição social.

Os gestores se obrigam a adotar medidas para evitar conflitos no ambiente de trabalho, valendo-se do poder institucional que lhe é atribuído pelo cargo para preservar o respeito às normas trabalhistas, com valorização do capital humano, orientando e motivando os colaboradores a criarem um ambiente de trabalho saudável e propício à qualidade de desempenho e produtividade.

## 8.2 – Imagem da FLAP

A imagem da FLAP foi construída ao longo dos anos e é preservada com base nos valores e princípios constantes deste Código praticados no dia-a-dia.



Todos aqueles que se relacionam com a FLAP devem zelar por esta imagem, ainda em momentos que não estejam executando qualquer serviço, mas que possam ter relacionamento identificado com a empresa, de forma a preservar a identidade institucional, evitando usar o nome e marca da FLAP, imagens ou informações, em qualquer forma de comunicação, inclusive eletrônica, como, por exemplo, em perfis de redes sociais ou e-mails pessoais e *websites*.

### 8.3 – Sigilo profissional

Todos os envolvidos devem manter o sigilo das informações, rotuladas como confidenciais ou não, pertinentes à empresa ou aos clientes, parceiros e fornecedores.

“Informação Confidencial” significa toda e qualquer informação divulgada, de uma parte à outra, sob a forma escrita ou verbal ou de qualquer outro modo apresentada, podendo incluir, mas não se limitando a: banco de dados, know-how, estruturas societárias, relação de bens, informações mercadológicas, informações técnicas, financeiras ou comerciais, dentre outros, cujo acesso ou ciência se dê em função da relação com a FLAP.

É vedada a utilização em benefício próprio ou repassar a terceiros, documentos, trabalhos, metodologias, produtos, ferramentas, marcas serviços e informações de propriedade da FLAP ou de seus clientes e fornecedores.

### 8.4 – Patrimônio e sistema da informação

Os destinatários deste Código devem pautar suas condutas na utilização correta dos recursos e patrimônio da FLAP, sendo vedada a utilização de recursos, infraestrutura, serviços e mão de obra para fins particulares. Para a execução das atividades da FLAP o uso do patrimônio deve ser adequado e econômico.

Todos os envolvidos devem responsabilizar-se pelo uso de sua conta de e-mail profissional, pela senha e por outros tipos de autorização de uso pessoal e intransferível, incluindo o acesso a sistemas, ficando terminantemente proibido o compartilhamento de usuário e senhas de acesso.

É vedada a utilização de e-mail corporativo em mídias sociais, websites e fóruns de discussão não relacionados aos trabalhos da FLAP.

O acesso ao banco de dados é filtrado e concedido pela área de TI, conforme atividade/cargo exercido pelo usuário, devendo este usar as informações somente para as atividades institucionais da FLAP.



## **8.5 – Comunicação social**

Não é permitido a qualquer colaborador, funcionário e/ou prestador de serviço expressar opiniões em nome da FLAP, independentemente do conteúdo e motivação, devendo usar os canais de comunicação profissional (e-mail corporativo e contas de redes sociais) em consonância com as diretrizes deste Código.

Toda comunicação social da FLAP é realizada única e exclusivamente pela assessoria de imprensa, que exerce suas atividades em consonância com os valores e princípios da FLAP.

## **8.6 – Relacionamento com terceiros (fornecedores e parceiros comerciais)**

Todas as relações comerciais com terceiros deverão ser precedidas de contrato formal, tendo como objeto tão somente as negócios voltados para as atividades da FLAP. Todos os instrumentos contratuais farão referência ao presente Código de Ética e Conduta.

A escolha dos contratados deverá considerar os valores e princípios da FLAP, sendo vedado qualquer relacionamento com terceiro que esteja envolvido em práticas ilícitas no desempenho de suas atividades.

A área de compras fará pesquisa de mercado para credenciamento dos terceiros, devendo os mesmo se submeterem a prévia entrevista antes da contratação.

## **8.7 – Registros contábeis**

A FLAP preza pela transparência em todas as suas atividades, principalmente nos registros contábeis, devendo os mesmos refletirem exatamente as transações comerciais da empresa em observância às regras contábeis de escrituração e declaração.

A FLAP poderá ser submetida a auditoria externa e independente a cada 02 anos.

## **8.8 – Patrocínio e doações**

### **8.8.1 – Doações de cunho político**

É vedada qualquer doação, direta ou indiretamente, de recursos para campanha eleitoral, partidos ou movimentos políticos (Lei 13.165/2015). Os sócios, colaboradores e demais pessoas físicas relacionadas com a FLAP que por ventura queiram fazer doações neste sentido, não poderão vincular o ato à FLAP, devendo assumir integralmente a responsabilidade pelo procedimento conforme regulamentos da Justiça Eleitoral.





### **8.8.2 – Doações assistenciais**

A FLAP, comprometida com a responsabilidade social, poderá fazer doações para instituições assistenciais sem fins lucrativos, desde que o beneficiário: a) esteja com a situação cadastral fiscal regular; b) não esteja associada com eventos de fraude ou corrupção; c) não tenha em sua administração qualquer pessoa vinculada aos negócios comerciais da FLAP;.

As doações serão realizadas mediante aprovação do comitê de *compliance*, e desde que o beneficiário esteja em consonância com os valores éticos e morais pregados pela FLAP.

### **8.8.3 – Patrocínios**

A FLAP poderá patrocinar projetos esportivos, culturais e sociais que estejam relacionados com os valores éticos e morais da empresa, mediante contrato formal após aprovação do comitê de *compliance*.

## **8.9 – Relacionamento com o setor público**

Na interação com o Setor Público, adicionalmente às diretrizes que permeiam as atividades com o setor privado, a FLAP possui políticas específicas em consonância com a Legislação Anticorrupção e demais normas e orientações de órgãos de controle que visam coibir atos de corrupção no Setor Público.

É vedado o uso de influências internas ou externas, do cargo ou da condição de parceiro da FLAP para obter vantagens indevidas, pessoais ou funcionais, para si ou para terceiros, bem como reivindicar ou receber vantagens em troca de concessões ou privilégios de qualquer natureza.

A FLAP entende que o relacionamento com o Setor Público exige a implementação de medidas que visam coibir situações de corrupção, devendo imprimir um rígido controle para evitar todo e qualquer ato ilegal.

Sabemos que a corrupção é um mal que sempre assolou a sociedade, contudo, simples e concisas políticas são capazes de combater na raiz qualquer ato de corrupção, dentre elas:

### **8.10 – Brindes e hospitalidade**

É vedada a oferta e recebimento de brindes ou quaisquer benefícios que tenham como objetivo o recebimento de vantagens ou que permitam influenciar ou recompensar negócios para a FLAP, seja de forma implícita ou explícita.



É proibido aceitar ou oferecer presentes, refeições, transporte, hospedagem, serviços, diversões, compensação ou quaisquer favores em caráter particular e pessoal, salvo em situações protocolares, quando esteja representando a FLAP.

Ainda em casos de brindes corporativos, que não possuam valor de mercado e não sejam habituais, o Colaborador deverá declarar o brinde ao superior imediato e ao comitê de *compliance*, que deve se manifestar sobre o fato. A mesma regra serve para brindes e cortesias entregues pela FLAP.

## 9 - Denúncias

A FLAP possui canal de denúncia independente e inviolável, e que preserva o anonimato do denunciante.

O canal é aberto a qualquer pessoa, relacionada ou não com a FLAP, que deseje apontar desvios de conduta ou violação às regras deste Código de Ética e Conduta, bem como às demais Políticas de Integridade da FLAP.

Canais:

[integridade@agenciaflap.com.br](mailto:integridade@agenciaflap.com.br)  
[www.aflapfaz.com.br/integridade](http://www.aflapfaz.com.br/integridade)

## 10 - Medidas disciplinares

A partir do conhecimento de quaisquer transgressões ao Código de Ética e Conduta, seja por constatação direta do departamento de RH da FLAP, seja por apuração de denúncia pelo competente canal, serão aplicadas sanções de acordo com a gravidade do fato, podendo ocorrer desde advertência até demissão ou rescisão contratual, conforme normas internas e legislação aplicáveis, sem prejuízo das sanções cíveis e penais cabíveis.

## 11 – Disposições finais

Todas as dúvidas sobre a aplicação do presente Código devem ser direcionadas ao comitê permanente instituído para acompanhamento do *compliance* da FLAP, pelo e-mail [integridade@agenciaflap.com.br](mailto:integridade@agenciaflap.com.br).

O comitê, que é responsável pelo monitoramento do programa, também está à disposição para receber sugestões, críticas e elogios.

O Código de Ética e Conduta é um documento em constante transformação e deve ser ajustado sempre que necessário.