



CÓDIGO DE CONDUTA E
COMPLIANCE

-

Código de Ética
Instituto Fashion Revolution Brasil
2024



CAPÍTULO I
INTRODUÇÃO

CAPÍTULO II
MISSÃO, VISÃO, VALORES E PRINCÍPIOS INSTITUCIONAIS

- 1. MISSÃO**
- 2. VISÃO**
- 3. VALORES**
- 4. PRINCÍPIOS INSTITUCIONAIS**

CAPÍTULO III
OBJETIVOS E DESTINATÁRIOS

- 1. OBJETIVOS**
- 2. DESTINATÁRIOS**

CAPÍTULO IV
CONDUTA NOS RELACIONAMENTOS

- 1. CONDUTA NOS RELACIONAMENTOS COM O INSTITUTO FASHION REVOLUTION BRASIL**
- 2. CONDUTA NOS RELACIONAMENTOS COMUM A TODOS OS DESTINATÁRIOS:**
- 3. CONDUTA NOS RELACIONAMENTOS COM PARCEIROS COMERCIAIS E FORNECEDORES**
- 4. CONDUTA NOS RELACIONAMENTOS COM OS AGENTES PÚBLICOS:**

CAPÍTULO V

GESTÃO DE ÉTICA: PONTO FOCAL, COMITÊ E CANAL PARA CONSULTAS E DENÚNCIAS

- 1. GESTÃO DE ÉTICA – PONTO FOCAL E COMITÊ DE ÉTICA**
- 2. CANAL PARA CONSULTAS E ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS**
- 3. CANAL DE DENÚNCIAS DE VIOLAÇÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA**

CAPÍTULO VI

DISPOSIÇÕES FINAIS

- 1. CONFIDENCIALIDADE**
- 2. PUBLICIDADE E ACESSIBILIDADE**
- 3. COMPROMISSO DOS COLABORADORES**
- 4. ENTRADA EM VIGOR**

CAPÍTULO I

Introdução

Este Código de Ética visa a evidenciar e a reforçar os valores éticos **do Instituto Fashion Revolution Brasil** e os princípios que orientam a condução de suas atividades.

Dada a sua vocação informativa e educacional, as disposições tratadas neste Código estão intimamente ligadas ao compromisso da Instituição de manter em seus quadros de colaboradores e realizar alianças de negócio ou parcerias com indivíduos e organizações éticas, capazes de pensar criticamente e influenciar positivamente a sociedade.

O Código alinha-se à missão, aos valores e à visão que definem a identidade do **Instituto Fashion Revolution Brasil** e não visa criar quaisquer relações jurídicas entre as partes diversas daquelas que já possuem.

O compromisso do Instituto Fashion Revolution Brasil é atuar com ética e integridade, o que levou à elaboração deste documento.



Todos os demais compromissos expressos pelo **Instituto Fashion Revolution Brasil**, igualmente alinham-se ao presente conjunto de valores e nele se inspiram.

O presente Código de Ética vem proclamar a adesão do **Instituto Fashion Revolution Brasil** às melhores práticas, princípios, valores éticos e de moralidade corporativa.

Eventuais desvios às regras, princípios e valores ora estabelecidos podem e devem ser reportados por qualquer pessoa interessada, integrante, ou não, dos quadros de colaboradores do Instituto por meio do canal de denúncias disponível, o que será devidamente apurado internamente.

→ **O anonimato ou confidencialidade da identidade é assegurado de forma integral e permanente.**

CAPÍTULO II

Missão, Visão, Valores e Princípios Institucionais

1. MISSÃO

O **Fashion Revolution** é o maior movimento de ativismo da moda do Mundo e acredita em uma indústria da moda que valorize as pessoas e o planeta.



É movido por pessoas que trabalham em conjunto, em comunidades ao redor do mundo para criar mudanças positivas e duradouras.

São indivíduos, ativistas, designers, acadêmicos, escritores, líderes empresariais, formuladores de políticas, marcas, varejistas, sindicatos, produtores e trabalhadores. São pessoas que usam roupas e as pessoas que as fazem.

O Fashion Revolution surgiu como movimento, no Brasil, no ano de 2014 e se formalizou como associação sem fins lucrativos no ano de 2018.

Existimos por uma indústria da moda limpa, segura, justa, transparente e responsável e o trabalho do Instituto Fashion Revolution Brasil envolve pesquisa, informação, educação, colaboração e mobilização.

O Fashion Revolution acredita no poder de transformação positiva da moda, e tem como principais objetivos, conscientizar sobre os impactos socioambientais do setor, celebrar as pessoas por trás das roupas, incentivar a transparência e fomentar a sustentabilidade.

Acredita em uma cadeia que conserva e restaura o meio ambiente e valoriza as pessoas acima do crescimento e do lucro e que por meio de mudanças sistêmicas e estruturais, a indústria da moda pode tirar milhões de pessoas da pobreza e proporcionar-lhes meios de subsistência decentes e dignos; pode conservar e restaurar nosso planeta; pode unir pessoas e ser uma grande fonte de alegria,

criatividade e expressão para indivíduos e comunidades.

2. VISÃO

Ser reconhecida como instituição comprometida com o desenvolvimento e consolidação de mudanças na cadeia/setor da Moda, visando reduzir os impactos socioambientais do setor, celebrar as pessoas por trás das roupas, garantindo condições justas e dignas de trabalho e incentivar a transparência e o fomento da sustentabilidade.

3. VALORES INSTITUCIONAIS

O **Instituto Fashion Revolution Brasil** acredita que que por meio de mudanças sistêmicas e estruturais, a indústria da moda pode tirar milhões de pessoas da pobreza e proporcionar-lhes meios de subsistência decentes e dignos; pode conservar e restaurar nosso planeta; pode unir pessoas e ser uma grande fonte de alegria, criatividade e expressão para indivíduos e comunidades.



Nossa atuação visa conscientizar e consolidar mudanças na cadeia/setor da moda mediante:

- O fim da exploração humana e ambiental na indústria da moda;
- Garantir condições de trabalho seguras e dignas, bem como salários dignos para todas as pessoas na cadeia de suprimento da moda;
- Incentivar equilíbrio de poder redistribuído e mais igualitário em toda a indústria da moda;
- Consolidar um movimento trabalhista com igualdade de condições, mais diversos e que vise a qualidade de vida e bem-estar de seus trabalhadores;
- Uma indústria que trabalha para conservar recursos naturais e regenerar ecossistemas
- Uma cultura de transparência e responsabilidade em toda a cadeia de valor;
- O fim da cultura do descartável e a mudança para um sistema em que os materiais

são usados por muito mais tempo sem desperdícios;

- Patrimônio, artesanato e sabedoria local são reconhecidos e valorizados;
- Ações que sejam pensadas e executadas celebrando a diversidade, a equidade racial e o pertencimento de grupos minorizados, como: pessoas negras, indígenas, amarelas, mulheres, pessoas LGBTQIAP+, pessoas com deficiência entre outras.

São valores institucionais do Instituto Fashion Revolution Brasil:

- Respeito às pessoas e ao meio ambiente;
- Honestidade e ética;
- Transparência;
- Sustentabilidade econômica, social e ambiental

4. PRINCÍPIOS INSTITUCIONAIS



São **princípios fundamentais** para o **Instituto Fashion Revolution Brasil**, que devem ser seguidos por todos os destinatários:

a. Respeito:

- a. Respeito à diversidade;
- b. Direito à liberdade pelo intercâmbio de pensamentos, ideias e opiniões, sem preconceitos ou discriminações;
- c. Abdicar de comportamentos e atitudes agressivas ou constrangedoras;
- d. Abdicar de comportamentos preconceituosos ou discriminatórios em relação à raça, cor, origem, gênero, estética pessoal, condições físicas, nacionalidade, sexo, idade, estado civil, orientação sexual, posição social, posição política, religião e outros atos que firam a dignidade das pessoas.

b. Ética:

- a. Agir com respeito aos direitos humanos e ao meio ambiente;
- b. Agir de forma ética (nem todas as leis, normas e políticas esgotam as reflexões éticas, devendo ser considerados também os bons costumes e a moral);

- c. Repudiar qualquer forma de assédio;
- d. Repudiar qualquer prática fraudulenta ou de corrupção (suborno, tráfico de influência, lavagem de dinheiro, ocultação de bens, vantagens indevidas e outros) ou de atos ilícitos ou criminosos de toda ordem;
- e. Condenar a prática de condutas ilícitas.

c. Respeito à legislação vigente:

- a. Agir de acordo com as leis e normas aplicáveis, internas ou externas;
- b. Manter a neutralidade nos canais oficiais do **Instituto Fashion Revolution Brasil**, repudiando o favorecimento pessoal ou a promoção de partidos políticos, entidades religiosas, dentre outros (o **Instituto Fashion Revolution Brasil** se posiciona e promove apenas "causas" e desde que elas estejam em consonância com os objetivos educacionais, científicos, culturais e sociais, não permitindo o desvio da instituição de sua missão institucional);
- c. Zelar pela imagem do **Instituto Fashion Revolution Brasil**;
- d. Registrar com precisão, nos prazos requeridos e com o grau de detalhamento cabível, as informações relativas às receitas e às despesas de modo a gerar relatórios contábeis completos e nos padrões exigidos pela legislação em vigor.

d. Foco na Missão Institucional

- a. Focar nos objetivos educacionais, científicos, culturais e sociais, não permitindo o desvio da instituição de sua missão institucional;
- b. Exercer as atividades de forma isenta, não usando a posição dentro da instituição para obter benefícios ou vantagens para si ou terceiros;
- c. Abster-se de usar o nome, marca e símbolos corporativos do **Instituto Fashion Revolution Brasil** sem autorização prévia;
- d. Renunciar à participação em decisões que envolvam a seleção, contratação, promoção ou rescisão de contrato de membros da família ou de pessoa com quem mantenha relações que comprometam julgamento isento;
- e. Respeitar todas as etapas do processo de contratação dos profissionais que venham a manter qualquer vínculo de relacionamento com o **Instituto Fashion Revolution Brasil** para que não pare a existência de qualquer tipo de favorecimento, independentemente do nível profissional do colaborador que realizou a indicação.

CAPÍTULO III

Objetivos e Destinatários

1. OBJETIVOS

Pretende o Instituto Fashion Revolution Brasil integral engajamento nas atividades de conscientização e consolidação de mudanças na cadeia/setor da Moda mediante o permanente compromisso com a ética profissional e responsabilidade social.

Com isso, tem o presente Código o objetivo de transmitir normas internas que regem as atividades, segurança e qualidade de suas ações, visando a melhoria contínua. Logo, através deste Código, os indivíduos e organizações poderão se informar dos direitos, responsabilidades e benefícios relacionados com as suas atividades, buscando propiciar a compreensão clara sobre as condutas que orientam o negócio e os relacionamentos destes provenientes.



Em caso de dúvidas referente a qualquer procedimento, procure a orientação da área jurídica ou coordenação executiva.

2. DESTINATÁRIOS

Este Código será amplamente promovido e é de conhecimento obrigatório para todos os indivíduos - membros da Diretoria, Associados, empregados, trabalhadores voluntários, prestadores de serviços e organizações que possuam relações de negócio ou parcerias com o **Instituto Fashion Revolution Brasil**.

Todos esses destinatários devem utilizar as disposições previstas neste Código como referencial ético e de conduta a ser observado no seu relacionamento com o **Instituto Fashion Revolution Brasil** ou quaisquer indivíduos e/ou organizações que se relacionem direta ou indiretamente com o **Instituto Fashion Revolution Brasil** em razão do desenvolvimento das suas atividades.

- **A não observância da conduta e preceitos éticos propostos por meio do presente Código será objeto de fiscalização e poderá, em última instância, resultar em advertências ou afastamento de indivíduos e finalização de parcerias (rescisão contratual).**

CAPÍTULO IV

Conduta nos Relacionamentos



São critérios de conduta esperadas pelo **Instituto Fashion Revolution Brasil**:

1. CONDUTA NOS RELACIONAMENTOS COM O INSTITUTO FASHION REVOLUTION BRASIL

- a)** Executar as suas atividades de forma diligente e responsável,
- b)** Exercer as suas funções de acordo com os valores defendidos pelo **Instituto Fashion Revolution Brasil**, satisfeitas as exigências do bem público e da função social desta;
- c)** Empenhar-se para que os princípios básicos do **Instituto Fashion Revolution Brasil** sejam respeitados, mantidos e difundidos;
- d)** Adotar práticas necessárias e suficientes para coibir e impedir a obtenção, de forma individual ou coletiva, de benefícios ou vantagens pessoais em decorrência do desenvolvimento das atividades;
- e)** Recusar o recebimento e abster-se de oferecer presentes, descontos, cortesias, facilidades ou favorecimento ilegal que tenham ou que possam ter influência na realização das atividades;
- f)** Respeitar as normas internas do Instituto, principalmente aquelas relativas as atividades a serem realizadas, inclusive no que correspondem a eventuais Códigos de Ética específicos de seu órgão de classe ou legislação em vigor, que declara expressamente conhecer, exercendo suas atividades com zelo;

- g)** Cumprir, fielmente, a programação das atividades a serem realizadas, comunicando ao **Instituto Fashion Revolution Brasil** qualquer fato que impossibilite a continuação de suas atividades;
- h)** Responsabilizar-se por perdas e danos que vier a causar a bens ou imagem da do **Instituto Fashion Revolution Brasil**, seus colaboradores, prestadores de serviços, participantes, apoiadores, parceiros, associados e demais pessoas que contribuïrem na organização e realização das atividades do **Instituto Fashion Revolution Brasil**;
- i)** Apresentar conforme acordado junto ao **Instituto Fashion Revolution Brasil**, relatórios e informações relativas ao desenvolvimento de suas atividades;
- j)** Prestar informações e/o oferecer documentos solicitados pelo **Instituto Fashion Revolution Brasil** necessários à execução das atividades e prestação de contas;
- k)** Realizar as atividades acordadas sem que ocorra qualquer tipo de discriminação racial, religiosa, de gênero e/ou de classe social, sob pena de responsabilização civil e criminal;
- l)** Abster-se de praticar atos em nome e às expensas do Instituto Fashion Revolution Brasil fora do escopo de suas atividades e sem a sua prévia autorização;
- m)** Abster-se de envolver o nome do Instituto Fashion Revolution Brasil em campanhas eleitorais, na promoção de benefício próprio, de empresas ou entidades a que seja ligada, em atividade contrária aos objetivos sociais do Instituto Fashion Revolution Brasil ou em qualquer outra situação que traga prejuízo à imagem do Instituto Fashion Revolution Brasil ou de seus programas;
- n)** Abster-se de realizar qualquer projeto, atividade ou evento em nome do Instituto Fashion Revolution Brasil sem aprovação formal;
- o)** Abster-se de desenvolver quaisquer atividades que promovam venda de produtos ou desenvolver e produzir em nome do Instituto: camisetas, brindes, ecobags ou qualquer outro produto com o logo ou programação visual do Instituto, ou utilizar de qualquer forma as marcas e logotipos do Instituto sem a prévia e expressa autorização desta;
- p)** Aceitar qualquer tipo de trabalho a ser realizado por terceiro em favor do **Instituto Fashion Revolution Brasil** sem aprovação formal; e
- q)** Criar páginas e/ou perfis nas redes sociais em nome do **Instituto Fashion Revolution Brasil** ou vinculando-a de alguma maneira.

2. CONDOTA NOS RELACIONAMENTOS COMUM A TODOS OS DESTINATÁRIOS

- a) Acolher as opiniões divergentes e de caráter construtivo e agir para solucionar os conflitos;
- b) Manter o ambiente de trabalho livre de embaraços decorrentes da formulação de críticas ou reprodução de boatos que atinjam a reputação do **Instituto Fashion Revolution Brasil** e de quem com ela tenha vínculos;
- c) Dispor-se, nos trabalhos conjuntos, a compartilhar os seus conhecimentos e informações com profissionais de outras equipes, dentro das necessidades requeridas e acordos estabelecidos;
- d) Agir com a responsabilidade que o cargo lhe confere;
- e) Conhecer e difundir, inclusive por meio das próprias atitudes, os valores e princípios contidos neste Código;
- f) Manifestar-se de maneira imparcial e fundamentada em relação a posturas profissionais consideradas inadequadas frente aos princípios contidos neste Código.

3. CONDUTA NOS RELACIONAMENTOS COM PARCEIROS COMERCIAIS E FORNECEDORES

- a) Exigir de prestadores e organizações a confidencialidade e sigilo no trato de dados e informações aos quais venham a ter acesso em qualquer tempo, incluindo as fases anteriores e posteriores à contratação dos serviços;
- b) Exigir de prestadores e organizações a aderência às mesmas condutas éticas do **Instituto Fashion Revolution Brasil** e a gestão orientada por atitudes dignas e íntegras representadas pelo cumprimento de exigências legais, trabalhistas, ambientais, sanitárias e de segurança do trabalho;
- c) Selecionar prestadores e organizações utilizando critérios transparentes, justos e objetivos que considerem conformidade técnica, desempenho, qualidade, condições de garantia, entre outros, de modo a não caracterizar favorecimentos de qualquer espécie, colocando em dúvida a integridade das relações;
- d) Rejeitar, objetivamente, parcerias com organizações que tenham sido condenadas pelo uso de mão-de-obra análoga à escrava, infantil ou forçada e práticas ilícitas como fraude, suborno e corrupção e, se for detectada alguma irregularidade, dirigi-la à autoridade competente;
- e) Analisar cuidadosamente todos os riscos envolvidos na geração de projetos, estudos e soluções a terceiros de modo a proteger, sobretudo, a reputação do **Instituto Fashion Revolution Brasil** e das demais partes relacionadas;

f) Resguardar as informações utilizadas e os resultados obtidos nos projetos, estudos e soluções a terceiros, protegendo-os de vazamentos indevidos e tratando-os com os padrões de confidencialidade requeridos mais os estabelecidos quando da contratação.

4. CONDUTA NOS RELACIONAMENTOS COM OS AGENTES PÚBLICOS:

a) Respeitar rigorosamente as leis anticorrupção e antissuborno que regem as relações com agentes públicos nacionais e internacionais de todas as esferas de poder, incluindo funcionários e permissionários de serviços públicos, assim como membros de partidos políticos e candidatos a cargos políticos;

b) Pautar qualquer relacionamento na total transparência e legalidade, detalhando, a qualquer tempo, o objeto e objetivo das relações e os recursos envolvidos, de modo a não se questionar a finalidade e o destino desses recursos;

c) Evitar qualquer situação em que possam existir dúvidas quanto à integridade das relações e nas quais pare a possibilidade de existência de algum tipo de vantagem indevida;

d) Condenar a oferta de qualquer recurso, monetário ou não, com vistas ao cumprimento das obrigações legais dos agentes públicos ou apressamento de rotinas, pois qualquer ato poder vir a caracterizar facilitação ou suborno e, portanto, propina e corrupção.

CAPÍTULO V

Gestão de Ética: Ponto Focal, Comitê e Canal para Consultas e Denúncias

1. GESTÃO DE ÉTICA – PONTO FOCAL E COMITÊ DE ÉTICA

Para cumprimento deste Código, o **Instituto Fashion Revolution Brasil** buscará:



- o respeito à condição de cada sujeito;
- a transparência em todas as ações que promovam a formação humana;
- o empenho na construção de valores nas relações cotidianas entre todos os sujeitos envolvidos com a organização.

Neste sentido, o **Instituto Fashion Revolution Brasil** constitui um Comitê de Ética, formado pela coordenação de cada área de atuação, bem como pelos pontos focais do tema na organização, para acompanhar e monitorar as ações decorrentes da implementação do presente Código, com as seguintes atribuições:

- a)** Esclarecer dúvidas em relação aos princípios contidos no Código;
- b)** Apoiar na interpretação e encaminhamento de soluções para situações que se configurem violações ao Código;
- c)** Assegurar a avaliação das situações de descumprimento do Código recebidas através dos canais de denúncia e encaminhar as diligências cabíveis;
- d)** Garantir o anonimato das denúncias que chegarem sob essas condições;
- e)** Analisar qualquer situação fora dos padrões morais e éticos e eventualmente não previstas no Código;
- f)** Revisar o Código de Ética anualmente e atualizá-lo, sempre que necessário.

Estrutura para a gestão da política

O Ponto focal de salvaguarda tem as funções de conduzir os processos cotidianos, receber consultas e denúncias, responder/acompanhar as apurações das denúncias e o monitoramento contínuo junto com o Comitê de Ética.

Ponto focal de salvaguarda

- Carolina Terrão Bolla, Advogada/ Jurídico, [**frd.salvaguada@gmail.com**](mailto:frd.salvaguada@gmail.com)

Obs. Na ausência do ponto focal, poderá ser convocado e nomeado para exercer a função pela Diretoria da Instituição qualquer um dos membros do Comitê de Ética, enquanto perdurar a ausência.

Comitê de ética

- Isabella Luglio, Coordenadora educacional e de projetos, educacional.brasil@fashionrevolution.org (casos envolvendo estudantes ou docentes embaixadores e ITM Brasil)
- Marina de Luca, Relacionamento com representantes e marcas, redes.brasil@fashionrevolution.org (casos envolvendo representantes locais, marcas e Semana Fashion Revolution);
- Ana Fernanda Campos de Souza, Coordenadora do Comitê Racial e de Diversidade, frd.comite@gmail.com (casos envolvendo o Comitê Racial e de

Diversidade); e

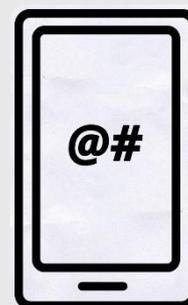
- Paula Velasco Campos Machado Leal, Coordenadora Executiva, executivo.brasil@fashionrevolution.org (casos envolvendo o colaboradores, prestadores de serviços, Equipe Núcleo e Fórum FR).

Deliberação

- Fernanda Simon, Diretora Executiva, brasil@fashionrevolution.org

2. CANAL PARA CONSULTAS E ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

As consultas para esclarecimento de dúvidas poderão ser feitas anonimamente ou com identificação diretamente por meio do endereço eletrônico **frd.salvaguarda@gmail.com**.



3. CANAL DE DENÚNCIAS DE VIOLAÇÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA

Qualquer pessoa interessada poderá apresentar ao Ponto Focal denúncias de violação ao Código de Ética, mediante o preenchimento do Formulário de Denúncia o qual deverá ser encaminhado devidamente preenchido como anexo em mensagem a ser enviada ao e-mail **frd.salvaguarda@gmail.com**, indicando os fatos ocorridos com o maior detalhamento possível e anexando eventuais documentos que corroboram com as afirmações feitas.

- A) As denúncias deverão conter o nome e o e-mail do denunciante e serão mantidas sob sigilo; denúncias anônimas serão admitidas, mas estimula-se que o denunciante se identifique para facilitar o procedimento de análise.
- B) A Diretoria da instituição poderá determinar o arquivamento sumário das denúncias que não apresentarem indícios mínimos de materialidade ou autoria da violação desta Política de Salvaguarda, dando ciência de sua decisão aos interessados.
- C) Não sendo caso de arquivamento sumário, o ponto focal, no prazo máximo de 72 horas, iniciará procedimento de averiguação dos fatos para a tomada de medidas cabíveis.
- D) O ponto focal e/ou a Diretoria da instituição, poderá solicitar documentos, realizar a escuta de colaboradores e proceder a qualquer outra diligência que julgar necessária no decorrer da averiguação dos fatos.

E) Havendo descumprimento desta Política por parte de seus colaboradores, voluntários, prestadores de serviços ou organizações parceiras, o Instituto Fashion Revolution Brasil cuidará para que as medidas necessárias sejam tomadas garantindo a observância das normas legais e aquelas previstas em contrato sem que haja qualquer prejuízo às partes envolvidas.

F) Havendo indícios fundados da ocorrência de qualquer violação legal o ponto focal, juntamente com a Diretoria da instituição, deverá adotar providências para que eles sejam comunicados, com a maior brevidade possível, às autoridades competentes, independentemente do estágio em que se encontre o procedimento de averiguação.

G) O procedimento de averiguação dos fatos deverá ser concluído, preferencialmente, no prazo de até 60 (sessenta) dias, contados a partir do recebimento da denúncia.

H) Ao final do procedimento de averiguação dos fatos, o ponto focal deverá aprovar relatório conclusivo e, no caso de concluir pela efetiva violação desta Política de Salvaguarda, recomendar às instâncias competentes a adoção das medidas necessárias para responsabilizar o(s) responsável(is) de forma proporcional à gravidade da violação confirmada, acolher a(s) vítima(s) mediante encaminhamento a serviços a providências jurídicas, médicas, psicológicas ou quaisquer outras que se façam necessárias e evitar que episódios semelhantes voltem a ocorrer.

I) Será garantido e respeitado o direito de ampla defesa dos denunciados durante todo o procedimento de averiguação dos fatos.

CAPÍTULO VI

Disposições Finais

1. CONFIDENCIALIDADE

De acordo com as diretrizes apontadas no presente Código, o **Instituto Fashion Revolution Brasil** declara o compromisso da instituição em proteger a identidade do denunciante e na gestão confidencial de todas as informações, documentos e depoimentos colhidos.

2. PUBLICIDADE E ACESSIBILIDADE

O presente Código de Ética será de conhecimento de todos os colaboradores e organizações parceiras, bem como público externo mediante a inclusão no website do

Instituto Fashion Revolution Brasil.

3. COMPROMISSO DOS COLABORADORES

Todos os colaboradores e organizações parceiras deverão ter ciência do presente Código de Ética, e sempre que possível deverão firmar termo declarando que leu, compreendeu e se compromete a observá-la.



Todos os contratos a serem elaborados pelo **Instituto Fashion Revolution Brasil**, indicarão a forma de acesso aos Termos do presente Código e Ética e sempre que possível, que eventuais violações constituem inadimplemento contratual.

4. ENTRADA EM VIGOR

O presente Código entra em vigor em 01.02.2024.

Criado por Carolina Terrão Bolla

Aprovado por Fernanda Simon Camilo
Diretora Executiva