

Código de Ética e Conduta



O Código de Ética da Prefácio Comunicação reúne orientações que devem guiar as ações de seus diretores e funcionários. Este conjunto de regras e normas deriva dos valores e princípios norteadores da vivência institucional da Prefácio estão baseados na ética que deve reger todas as relações humanas, não somente dentro da empresa, mas também na sociedade.

Por se referir a comportamento, o Código de Ética é um documento vivo, que não se encerra em si mesmo, mas mantém-se aberto à evolução que é própria das relações humanas, e deve ser revisto e atualizado conforme for se ampliando a abrangência dos relacionamentos e das situações de convivência mantidas pelas pessoas que representam a empresa, sem distanciar-se dos valores essenciais que o compõem – esses, sim, imutáveis.

“Quando o outro entra em cena, nasce a ética”.
Umberto Eco



1 MISSÃO, VALORES E PRINCÍPIOS

NOSSA MISSÃO

Promover a melhoria dos resultados das organizações por meio da comunicação estratégica.

Nosso objetivo é fazer com que nossos clientes desenvolvam relacionamentos qualificados com seus públicos, com o apoio da comunicação, de forma transparente, ética e respeitosa para com as pessoas, a sociedade e o meio ambiente, de modo a proteger e projetar suas marcas e sua reputação.

NOSSOS VALORES

Todas as nossas ações devem ser obrigatoriamente pautadas pelos valores que nos regem:

Seriedade Dedicção Integridade Respeito Transparência

No exercício das nossas atividades, também valorizamos nos nossos relacionamentos:

Criatividade Credibilidade Competência



ATRIBUTOS DA EQUIPE

Postura profissional que preserve a imagem, a reputação e a credibilidade da Prefácio, com:

Foco no cliente

Busca constante de soluções para apoiar o cliente em suas demandas e também a Prefácio, na realização de sua missão.

Postura empreendedora

Consciência na utilização dos recursos e do tempo.

Espírito de equipe

Cooperação, parceria, leveza no relacionamento.

Entusiasmo

Humor, ânimo, disponibilidade, vontade de fazer.

Produtividade

Organização, trabalho com método e atenção ao retrabalho (maior inimigo da produtividade).



A Abracom – Associação Brasileira das Agências de Comunicação –, entidade à qual a Prefácio é filiada, dita, em seu Código de Conduta, os princípios que todas as empresas associadas devem seguir em suas relações. A Prefácio reitera e adota os princípios proclamados pela Abracom:

PRINCÍPIOS

- O **respeito** como base de todos os relacionamentos. Isso implica o reconhecimento à existência do outro e a defesa da dignidade da pessoa humana.
- A **justiça**, cujo significado é igualdade na diferença, defesa do exercício dos direitos de todas as naturezas por todos os indivíduos e segmentos da sociedade.
- A **solidariedade**, sinônimo de empenho na promoção de ações favorecedoras do crescimento e realização de todos e cada um.
- O **diálogo**, como partilha e confronto de ideias, na perspectiva da ampliação do conhecimento e do enriquecimento coletivo da cultura.

Esses princípios, estreitamente articulados entre si, podem ser reconhecidos pela presença dos seguintes valores nas atitudes de nossos profissionais:

- A **honestidade** e a **retidão** na condução de nossos negócios.
- A **responsabilidade** na realização de ações de efetivo benefício coletivo.
- A **busca da excelência**, expressa na qualidade social de nossos produtos e serviços.
- O **compromisso** com a busca da verdade e a defesa rigorosa de sua presença nas relações internas e externas de trabalho.
- A **humildade** e a **coragem** no enfrentamento dos desafios.
- A **integridade** na construção e preservação do nosso patrimônio e de nossa imagem na sociedade.
- A **clareza** e a **precisão** na divulgação de informações, sem prejuízo da confidencialidade, o empenho na criação de estruturas e canais de comunicação que favoreçam e promovam a livre circulação de informações.



2 RELACIONAMENTOS PREFÁCIO

A reputação da Prefácio é o seu ativo mais valioso, por isso, estamos comprometidos em manter o mais alto padrão de conduta ética, exigindo de todos os colaboradores e terceiros o cumprimento integral das leis e normas vigentes em todos os locais em que atuamos.

2.1 - Relacionamento com clientes

Na contratação de nossos serviços

- Ser transparente com o cliente, apresentando todos os aspectos do contrato, para que não haja dúvidas sobre o que será realizado, como e em que prazo.
- Ser intransigente em não aceitar contratos ou jobs que firam de alguma forma os princípios da Prefácio, mesmo que coloquem em perspectiva vantagens inegáveis.
- Não compactuar com ações de comunicação que tenham claramente o objetivo de enganar, esconder ou eximir de responsabilidade o cliente. Não aceitar briefings que faltem com a verdade.
- Não aceitar exigências incompatíveis com os valores e princípios da agência no cumprimento dos contratos, práticas abusivas e aviltamento nos preços praticados.



No atendimento aos clientes

- Usar de todos os recursos disponíveis – tecnológicos e intelectuais – para executar os serviços contratados, empregando todos os esforços para uma entrega de qualidade, com criatividade, agilidade e competência.
- Atrasos podem acontecer e, se ocorrerem, avisar o quanto antes ao cliente e negociar com ele novo prazo, de forma que ele não tenha prejuízos.
- Respeitar a marca, as pessoas e a estrutura do cliente, não proferindo comentários ou críticas difamatórias ou irônicas.
- Levar sempre em consideração o interesse da Prefácio nas negociações, sem prejudicar o cliente.

Práticas inadmissíveis

- Compactuar ou aceitar propostas de clientes para trabalhos fora da agência.
- Trabalhar em outras agências ou veículos de comunicação enquanto funcionário da Prefácio, caracterizando conflito de interesses.
- Disseminar informações falsas ou depreciativas envolvendo o nome da Prefácio ou de qualquer de seus clientes ou outros relacionamentos.
- Expor as vulnerabilidades internas da Prefácio para clientes, concorrentes, mercado ou outros relacionamentos.
- A Prefácio pode atender clientes concorrentes sem ferir a ética e sem que isso configure conflito de interesse externo. No entanto, é vedado ao funcionário citar, dar exemplo ou fazer menção aos projetos desenvolvidos para clientes concorrentes entre si.
- O portfólio de serviços prestados aos clientes da Prefácio está disponível e pode ser usado como objeto de estudo e embasamento para a construção de novas propostas, ideias criativas, peças etc., constituindo-se num bem inestimável da agência, que é a sua ampla experiência. Porém, não é permitido copiar textos, imagens e demais recursos criativos já usados para atender clientes da agência.



Sigilo e confidencialidade

A manutenção da confidencialidade é essencial para executarmos nossas atividades com ética e transparência, e a divulgação de informações confidenciais pode resultar na rescisão do contrato de trabalho.

- É proibido retransmitir a pessoas de fora da Prefácio informações estratégicas sobre o cliente. Ao ser admitido na agência, o funcionário assina um termo de confidencialidade para prevenir esta prática. Da mesma forma, a Prefácio mantém contratos de sigilo firmados com seus clientes.
- Dúvidas sobre quais informações são consideradas estratégicas ou confidenciais devem ser dirimidas com a diretoria da Prefácio.
- Cases ou ações de comunicação usados como portfólio da Prefácio ou de funcionário da agência só poderão trazer o nome e a marca do cliente se este assim autorizar. Caso não se tenha autorização, deve-se omitir o nome do cliente.
- Tais restrições de uso de nome e imagem do cliente devem ser observadas no compartilhamento de posts em redes sociais ou outras plataformas da internet.
- É proibido usar nome ou marca de cliente da Prefácio em benefício próprio.
- Delitos ou ilícitos do cliente, descobertos na execução do serviço, devem ser imediatamente levados ao conhecimento da diretoria da Prefácio, que tomará as providências cabíveis.



2.2 - Relacionamento com fornecedores e parceiros

O relacionamento com fornecedores e parceiros comerciais deve se pautar pela transparência, honestidade e ausência de conflito de interesses, observando-se sempre as regras a seguir:

- Deve-se observar e respeitar o Código de Conduta dos fornecedores e também buscar evidências de que seguem diretrizes compatíveis com as normas da Prefácio.
- Os valores da Prefácio devem pautar o relacionamento com fornecedores e freelancers, assim como com todos os outros públicos.
- Não é permitido o favorecimento de freelancers e fornecedores por parentesco ou amizade, devendo-se sempre observar a melhor escolha para a Prefácio e não preferências pessoais.
- Na contratação de terceiros, deve-se dar preferência a empresas cidadãs, possuidoras de boa reputação e adeptas às práticas de responsabilidade social.
- Na contratação de freelancers, os profissionais devem ter afinidades com os valores da Prefácio, quer seja para a realização de serviços internos ou atuação na linha de frente com os clientes.
- Deve-se sempre observar os princípios de diversidade, o estímulo à criatividade e a remuneração justa.

2.3 - Relacionamento com colegas de trabalho

- A harmonia e a colaboração são inegociáveis no relacionamento entre colegas, por isso, o trabalho em equipe e a construção conjunta são reconhecidos como de alto valor para a Prefácio. Os colaboradores devem construir, juntos, um ambiente maduro de diálogo, profissionalismo e parceria.
- Toda sugestão, crítica ou posicionamento deve ser ouvido, compreendido e respeitado. A concordância não é obrigatória, mas o debate de ideias é incentivado e considerado enriquecedor.
- Não é admitido qualquer tipo de manifestação preconceituosa, prática de bullying ou discriminação para com os colegas, dentro ou fora da empresa.
- O convívio deve, portanto, estar livre de ofensas, difamação, exploração de qualquer natureza, repressão, intimidação, assédio sexual, violência verbal ou não verbal.



2.4 - Relacionamento com a mídia

A Prefácio mantém relacionamento com a imprensa e demais mídias no exercício dos serviços que presta a seus clientes. Este relacionamento se baseia nos mesmos valores que com que são conduzidas todas as suas práticas. Acreditamos que toda pessoa ou instituição tem o direito de zelar por sua imagem pública e de se comunicar adequadamente com a sociedade em defesa própria ou para o fortalecimento da sua reputação.

A Prefácio se reserva o direito de não manifestar opinião sobre qualquer assunto, quando julgar que seu posicionamento não será conveniente ao interesse de seus clientes. Da mesma forma, orienta seus colaboradores a se absterem de emitir opinião em canais públicos sobre temas que contrariem os interesses de seus clientes.

Na prática do relacionamento com a imprensa e mídias, é vedado ao colaborador da Prefácio:

- Admitir práticas ilícitas que possam corromper ou comprometer a integridade dos canais de comunicação ou o exercício da profissão do jornalista, incluindo a pressão e a compensação aos profissionais.
- Disseminar informações falsas, enganosas ou que não possam ser comprovadas por meio de fatos conhecidos e demonstráveis.
- Praticar formas de abordagem dos jornalistas que comprometam a imagem da agência.



2.5 - Relacionamento com concorrentes

- A Prefácio pauta o relacionamento com concorrentes com a mesma postura ética, justa e leal que o faz com todos os outros públicos de relacionamento da agência.
- A Prefácio mantém convivência próxima e salutar com as agências de Minas Gerais associadas à Abracom, visando melhorar o mercado da comunicação corporativa e fomentar o crescimento do setor de forma saudável.
- Práticas anticoncorrenciais, tais como combinação de preços, divisão de mercado entre concorrentes ou qualquer outra que impeça um mercado livre e justo não são toleradas.
- Os colaboradores jamais devem compartilhar informações concorrencialmente sensíveis com concorrentes. Incluem-se nessa categoria: preços, propostas, licitações, clientes, fornecedores estratégicos e perspectivas de mercado.



3 CONDOTA DO COLABORADOR

A Prefácio espera que o seu colaborador se identifique e comungue dos valores essenciais da empresa e pautar sua conduta na defesa e reforço intransigente da nossa cultura de colaboração, respeito e integridade.

Esta postura implica na seriedade no cumprimento das normas da Prefácio, tais como as práticas exigidas pelo setor de pessoal, as normas trabalhistas e as definições de rotinas operacionais da empresa.

3.1 – Ambiente de trabalho

- No ambiente de trabalho, todos devem demonstrar lealdade e confiança, preservando os bens e recursos da empresa, com o mesmo cuidado que aplicam ao seu patrimônio pessoal, sempre os utilizando para propósitos do negócio.
- É proibido consumir bebida alcoólica, fazer uso de drogas, portar qualquer tipo de arma ou praticar qualquer atividade que prejudique o ambiente de trabalho.
- É proibido o assédio de qualquer natureza – moral, sexual, psicológico etc. Todos devem se tratar com cortesia, dignidade e respeito.



3.2 – Propriedade da Prefácio

- Todo e qualquer procedimento de trabalho, metodologia, planejamento, treinamento ou documento interno é propriedade da Prefácio e não deve ser compartilhado com pessoas de fora da agência, exceto com autorização da diretoria.
- É proibido retirar sem autorização qualquer equipamento, objeto ou documento da empresa, bem como repassar modelos, matrizes, ferramentas, mailings, imagens, fotos, vídeos e formulários a pessoas de fora da agência.

3.3 - Brindes, presentes e hospitalidades

- Brindes institucionais que configurem prática de gentileza e cordialidade entre as partes de uma relação comercial e não sugiram ou caracterizem a obtenção de benefícios em quaisquer negociações podem ser ofertados ou aceitos por colaboradores. Não se incluem objetos com valor comercial.
- É proibido aceitar de clientes ou outro público relacionado à Prefácio convites para entretenimentos ou viagens de lazer. Não se incluem os eventos institucionais para os quais o colaborador é convidado a confraternizar-se com clientes.
- É vedado em qualquer hipótese o recebimento ou a oferta de presentes em dinheiro.
- Convites para eventos comerciais somente podem ser aceitos quando atenderem aos propósitos de negócios da Prefácio e mediante autorização formal da diretoria.
- Os colaboradores não podem, em hipótese alguma, aceitar nem oferecer, direta ou indiretamente, brindes, presentes, hospitalidades ou favores que possam afetar decisões, facilitar negócios ou beneficiar terceiros.



4 VIOLAÇÕES AO CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA

Deixar de cumprir qualquer diretriz desse Código é uma atitude inadequada, que deve ser imediatamente relatada, podendo levar à aplicação de medidas disciplinares ou legais ou ao rompimento do vínculo com a Prefácio.

Cuidar para que nossas normas, políticas e procedimentos sejam seguidos é responsabilidade de todos.

Outras questões éticas não abordadas no manual podem surgir e devem ser discutidas entre as partes, de forma orientada pelo bom senso e pelos valores aqui estabelecidos.

Em caso de qualquer violação, informe a diretoria pessoalmente, por telefone ou por e-mail.

Two handwritten signatures in blue ink, one on the left and one on the right, positioned above the names of the signatories.

Ana Luiza Purri e Celuta Utsch

Diretoras da Prefácio Comunicação

