

# Código de Conduta dos Colaboradores da Marketividade

## **1. Age sempre com verdade e sentido de responsabilidade.**

No teu trabalho, não inventes, não deturpes, não omitas o essencial nem presentes como certo aquilo que não está confirmado. A credibilidade da Marketividade depende da seriedade com que cada colaborador trata os factos, as ideias, os dados e a palavra dada.

## **2. Defende o interesse do cliente sem abdicar do teu critério profissional.**

O teu dever não é dizer ao cliente apenas o que ele quer ouvir, mas aquilo que melhor serve os seus objetivos legítimos, a sua reputação e a confiança do público. Quando identificares riscos, erros ou decisões imprudentes, deves alertar com clareza, lealdade e fundamento.

## **3. Respeita a lei, as regras e os limites éticos em todas as decisões.**

Nenhum objetivo comercial, criativo ou estratégico justifica práticas ilegais, abusivas ou eticamente duvidosas. Sempre que tenhas dúvidas sobre proteção de dados, direitos de autor, uso de imagem, publicidade enganosa, concorrência, confidencialidade ou outro tema sensível, deves parar, verificar e pedir orientação.

## **4. Trata todas as pessoas com respeito, correção e dignidade.**

Na relação com colegas, clientes, fornecedores, jornalistas, parceiros e público, mantém uma conduta educada, equilibrada e profissional. Não são aceitáveis atitudes de arrogância, humilhação, agressividade, assédio, discriminação, intimidação ou abuso de posição.

## **5. Protege a confidencialidade da informação a que tens acesso.**

Tudo o que souberes por força das tuas funções sobre clientes, projetos, negociações, estratégia, dados pessoais ou assuntos internos deve ser tratado com reserva. Não partilhes informação sem necessidade, sem autorização ou fora dos circuitos adequados, incluindo em conversas informais, redes sociais ou contextos pessoais.

## **6. Evita conflitos de interesse e declara-os quando existirem.**

Não deves intervir em decisões ou projetos quando existam interesses pessoais, familiares, financeiros ou profissionais que possam afetar a tua independência, ou criar essa aparência. Quando surgir uma situação dúbia, o comportamento correto é comunicá-la de imediato e agir com transparência.

## **7. Assume os recursos da empresa como bens de trabalho, não como uso arbitrário.**

Tempo, orçamento, contactos, informação, ferramentas, equipamentos e canais da Marketividade devem ser usados com critério, zelo e finalidade profissional. Evita desperdício, uso indevido, apropriação pessoal ou qualquer comportamento que prejudique a eficiência, a segurança ou a reputação da agência.

## **8. Trabalha com espírito de equipa, rigor e sentido de compromisso.**

Cumprir prazos, prepara-te, responde atempadamente, partilha o que é relevante e não deixes os outros suportar falhas que te competia prevenir. Ser bom profissional na Marketividade implica

# Código de Conduta dos Colaboradores da Marketividade

cooperar, facilitar o trabalho coletivo e contribuir para soluções, em vez de alimentar desculpas, ruído ou bloqueios.

## **9. Perante um erro, não escondas: informa, corrige e aprende.**

Os erros devem ser tratados com maturidade e rapidez. Se falhares, ou detetares uma falha com impacto num trabalho, cliente ou relação profissional, debes comunicá-la sem demora a quem de direito, ajudar a corrigi-la e retirar dela uma aprendizagem útil. Ocultar erros ou empurrá-los para outros é uma falta grave de conduta.

## **10. Quando tiveres um dilema, decide com prudência, transparência e consciência.**

Se uma situação não estiver prevista, usa este critério: pergunta a ti próprio se a decisão é legal, honesta, justa, defensável perante colegas e clientes, e compatível com os valores da Marketividade. Se continuares com dúvidas, não decidas sozinho: expõe o caso e procura orientação antes de agir.