

Código de Ética

Ps

ID

CE

Ai



1. APRESENTAÇÃO

Este Código formaliza a essência da Sic, seus princípios, formas de conduta e postura na relação diária com seus principais públicos. Representa um marco em sua trajetória e também uma maneira de contribuir para as boas práticas do mercado.

ÍNDICE

Apresentação	02
Visão	04
Missão	04
Valores	05
Relacionamento Empresarial	06
Conflitos de Interesse	11
Confidencialidade	12
Gestão do Código de Ética	13
Termo de Compromisso	14

2. VISÃO

Em um ambiente de negócios cada vez mais competitivo, prosperarão as organizações que melhor souberem se comunicar com seus públicos estratégicos, criando valor para as suas marcas.

3. MISSÃO

A partir do entendimento da essência do Cliente, fazer comunicação que contribua para gerar valor para a marca em toda e qualquer ação.

4. VALORES

• **Criatividade**

- Como instrumento de diferenciação da marca e conquista de recall;
- Permeando em todas as áreas da agência.

• **Conhecimento**

- Estimular a busca pelo aprimoramento contínuo de toda a equipe;
- Dividir o conhecimento com o mercado pelo bem e engrandecimento da profissão.

• **Comprometimento**

- Entregar tudo o que é prometido e nos prazos combinados;
- Manter discurso e prática alinhados;
- Estar presente sempre que o Cliente precisar;
- Respeitar todos os horários.

• **Transparência**

- O Cliente deve saber exatamente onde e como o seu dinheiro é investido;
- A agência tem a obrigação de revelar quais são os trabalhos comissionados e quais as porcentagens.

• **Humildade**

- Ter discernimento para entender que o ponto de vista do Cliente, além de necessário, pode melhorar significativamente o resultado final;
- Reconhecer que sempre há o que melhorar.

5. RELACIONAMENTO EMPRESARIAL

5.1 CLIENTES

- A Sic sempre cumpre, na íntegra, todos os acordos comerciais estabelecidos. Credibilidade e confiança são ativos de alto valor para a agência.

- A Sic não se exime de arcar com prejuízos de qualquer ordem causados por eventuais falhas nos seus serviços, desde que sejam comprovadas e estejam de acordo com leis, regulamentos e acordos em vigência.

- A Sic é sempre transparente em suas relações comerciais, explicando detalhadamente todas as propostas e contratos, não deixando dúvidas sobre o pacote de serviços a ser entregue ao cliente, bem como seus prazos e valores, além de direitos e obrigações.

- A Sic não atende contas conflitantes, que concorram entre si de forma direta.

- A Sic não faz uso de

informações estratégicas e confidenciais de seus Clientes ou ex-Clientes para beneficiar outros Clientes (sejam eles concorrentes ou não) ou a si própria.

5.2 COLABORADORES

- A Sic é fiel ao princípio da isonomia, praticando tratamento justo e imparcial com todos os colaboradores e candidatos a emprego, sendo sua avaliação profissional baseada na qualificação, habilidades e experiência. O crescimento profissional se dá em função da aptidão e do desempenho de cada colaborador.

- A Sic não permite discriminação de qualquer espécie: raça, cor, sexo, credo, idade, orientação sexual, necessidades especiais, origem geográfica, classe social, deficiência, aparência física e vínculo.

- A Sic não aceita as seguintes posturas: utilizar, portar, vender ou distribuir ilegalmente drogas ou quaisquer substâncias de uso controlado durante a jornada de trabalho ou em situações que esteja representando institucionalmente a empresa.

- A Sic desaprova comportamentos que

provoquem constrangimentos ou intimidações, e não permite, sob hipótese alguma, atos de violência, física ou verbal, assim como quaisquer outros tipos de assédio, favorecimentos indevidos ou abuso.

- A Sic respeita a privacidade e dignidade de todas as pessoas que estão direta ou indiretamente ligadas às atividades da empresa. As informações pessoais do colaborador serão limitadas e apenas poderão ser divulgadas à pessoa responsável indicada pela Sic ou mediante autorização expressa do próprio colaborador. A única exceção acontecerá em casos que tratem de uma exigência legal ou mediante ordem judicial.

- Na hipótese de o colaborador ter tido acesso a informações confidenciais de seu antigo empregador, inclusive em relação a Clientes e fornecedores, a partir de seu ingresso na Sic o colaborador fica obrigado a proteger tais informações.

- Faz parte da função do colaborador a manutenção da confidencialidade das informações da Sic e de seus Clientes, mesmo após a rescisão de seu contrato com a agência, independentemente do motivo e por período indeterminado.

- A Sic não fiscaliza o uso da internet no ambiente de trabalho. Contudo, a ferramenta deve ser utilizada com consciência, parcimônia e bom senso, não comprometendo a alta produtividade do colaborador nas suas atividades do dia-a-dia.

- A Sic não permite o uso da internet para a prática de crimes ou quaisquer outras práticas ilegais ou antiéticas.

5.3 VEÍCULOS E FORNECEDORES

- Selecionamos e avaliamos, constantemente, fornecedores e demais parceiros comerciais a fim de melhor atender às necessidades do Cliente, bem como a sustentabilidade da sua relação com a agência.

- Focamos nossas escolhas naquelas empresas que melhor atendem nossas

expectativas de qualidade, conformidade, prazo, condições técnicas e comerciais, boas práticas de mercado, bem como de respeito às normas do CENP, aos princípios deste Código de Ética e Conduta e à legislação vigente no País.

- Rejeitamos a compra de produtos falsificados, de origem desconhecida ou que tenham sido produzidos em desacordo com as normas aplicáveis ou sem a observância da legislação.
- Repudiamos corrupção, propina, suborno e superfaturamento de preços de veículos/fornecedores, não admitindo remuneração proveniente desta relação que não sejam as comissões de 20% para veículos e 15% para fornecedores, sobre o valor total investido pelo Cliente.
- Sempre recebemos todos os veículos/fornecedores que queiram apresentar planos comerciais e propostas, desde que as visitas sejam previamente agendadas.
- A Sic sempre trabalha com planejamento de comunicação

e mídia, não se comprometendo a comercializar diretamente com o Cliente espaços publicitários oferecidos de forma pontual, sem que haja uma contextualização que caracterize oportunidade real de vantagens ao anunciar.

- A Sic não se opõe a visitas feitas por veículos/fornecedores diretamente ao Cliente, comprometendo-se a cancelar propostas que tenham defesa técnica consistente de mídia, sejam claramente vantajosas e respeitem as comissões constitucionais que remuneram a agência.
- A Sic sempre dá preferência a veículos/fornecedores que tenham informações bem fundamentadas sobre sua eficiência, como pesquisas de audiência, área de cobertura, visibilidade, alcance, frequência, cases de sucesso, estimativas de público, pertinência com o target etc.

5.4 INSTITUIÇÕES DE ENSINO

- A Sic se dispõe a colaborar com instituições de ensino que realizem atividades que contribuam para o desenvolvimento do mercado publicitário. Seus profissionais estão disponíveis para

encontros, palestras, seminários ou afins, desde que agendados com antecedência.

5.5 ENTIDADES DE CLASSE

- A Sic utiliza como referência para a composição de preços dos seus serviços a tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais – Sinapro/MG.
- A Sic não reconhece entidades de classe que não comunguem dos princípios do livre mercado e da livre concorrência, praticando qualquer tipo de intervenção que objetive regular salários, preços ou práticas comerciais lícitas.

5.6 GOVERNO

- A Sic orienta seus colaboradores a não participar de atividades político-partidárias e/ou eleitorais que influenciem ou interfiram na boa conduta da sua atividade profissional.

- Nossos colaboradores devem agir com honestidade e transparência nos contatos com representantes do poder público. Devem ser avessos a pagamentos, gratificações ou favorecimentos para agilidade e benefícios em procedimentos efetuados por servidores ou órgãos governamentais.

5.7 CONCORRENTES

- A Sic não concorda com práticas de concorrência que envolvam propina, suborno ou similares, oferecidos a Clientes como forma de obter vantagens em uma disputa comercial.
- A Sic se reserva no direito de não tecer comentários, emitir opiniões ou realizar qualquer tipo de análise, técnica ou subjetiva, de trabalhos ou projetos realizados pelos seus concorrentes.
- Sic não se apropria de trabalhos realizados por concorrentes, nem assina peças que não tenham sido desenvolvidas integralmente por sua equipe.
- A Sic acredita nas práticas liberais. É adepta da livre concorrência e condena as reservas de mercado. Comunga

com os princípios básicos da meritocracia. Em função disso:

- A Sic não se sente na obrigação de trabalhar com fornecedores e parceiros locais. A relação custo x benefício sempre deve prevalecer sobre a reserva de mercado.
- A Sic não se sente lesada se um funcionário decide mudar de emprego por conta própria ou no caso de receber proposta de um concorrente que ele considere mais vantajosa. A agência encara estas mudanças como situações de mercado perfeitamente normais.
- A Sic não se opõe e não se sente lesada ao ser trocada por outra agência ou outra estrutura de comunicação se o Cliente assim desejar, respeitando eventuais contratos.
- A Sic é contra qualquer tipo de controle de preços e salários, bem como quaisquer subsídios que privilegiem uma atividade em detrimento das demais.

6. CONFLITOS DE INTERESSE

Consideramos que as seguintes situações abaixo podem gerar conflitos de interesses:

- Usar o cargo ou o nome da empresa com a finalidade de obter favorecimentos para si, bem como para outras pessoas.
- Utilizar equipamentos, recursos e meios eletrônicos da empresa para atividades particulares, como trabalhos de faculdade e de free-lancer, salvo se autorizado pela Diretoria.
- Realizar qualquer tipo de atividade fora do horário de trabalho como free-lancer, sem autorização expressa da diretoria, para:
 - Empresas que sejam potenciais Clientes da Sic.
 - Empresas que sejam caracterizadas como concorrentes diretos ou indiretos dos Clientes atuais da Sic.
 - Empresas que sejam caracterizadas como concorrentes diretos ou indiretos da Sic.
- Efetuar doações e patrocínios que não estejam de acordo com os programas definidos e aprovados previamente pela Sic.
- Receber dinheiro de fornecedores, parceiros, Clientes e outros.
- Empregar ou promover parentes de até 2º grau, cônjuge, consanguíneos e afins, mesmo que tenham sido avaliados pela área de Recursos Humanos e concorrido em igualdade de condições com outros candidatos, a não ser que a pessoa em questão seja aprovada por unanimidade pela Diretoria.
- Ter como subordinado direto, dentro da mesma linha hierárquica, parentes de qualquer grau, cônjuge ou qualquer pessoa com a qual se tenha algum tipo de relação afetiva, como namoro ou noivado.

7. CONFIDENCIALIDADE

- A Sic cumpre os termos de confidencialidade com todo o cuidado necessário para que informações estratégicas do Cliente não sejam divulgadas sem a devida autorização da agência.
- A Sic mantém em sigilo dados de fornecedores ou de Clientes declarados como confidenciais, tais como informações financeiras, planejamentos estratégicos, planos de comunicação e quaisquer outras informações consideradas sigilosas pelo Cliente.
- Zelamos pela confidencialidade das informações e dados dos nossos colaboradores a fim de evitar exposições e constrangimentos.

8. GESTÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA

A gestão do Código de Ética e Conduta será exercida pela Diretoria, que será responsável por:

- Revisar constantemente os tópicos abordados, atualizando este Código na medida em que julgar necessário.
- Editar anualmente um novo Código com as revisões feitas durante o ano.
- Cuidar do cumprimento do Código de Ética e Conduta, monitorando sua aplicação em todos os sentidos e níveis hierárquicos.
- Analisar os casos de violação a este Código, definindo a aplicação de sanções disciplinares e legais.

Caso queira receber um retorno sobre seu contato, encaminhe sua denúncia, crítica, dúvida ou sugestão para o e-mail **ouvidoria@agenciasic.com.br**. Se não quiser ser identificado, deixe sua mensagem no site **www.agenciasic.com.br/ouvidoria**. A Sic não admite qualquer forma de discriminação e/ou represália em função de informações ou denúncias feitas de boa fé através dos seus canais de comunicação.

9. TERMO DE COMPROMISSO

Recebi o Código de Ética e Conduta da Sic e, após ler, entender e concordar com o conteúdo nele contido, assumo o compromisso de cumprir e zelar pelo seu teor.

Estou ciente de que todas as atualizações promovidas serão automaticamente incorporadas ao Código de Ética e Conduta e serão previamente informadas a todos para adoção.

Caso discorde de alguma condição, me manifestarei formalmente através dos canais de comunicação disponibilizados para este fim.

Nome do Colaborador:

Data:

_____/_____/_____.

Assinatura



sic. faz diferença.

34 3215 5115 r abdala attiê, 39 uberlândia mg

34 3814 1257 r tenente bino, 32 sala 404 patos de minas mg

www.agenciasic.com.br