

Código de **Conduta e Ética**



Este é o novo **Código de Conduta e Ética da Partners Comunicação Pro Business**. Ele contém princípios e diretrizes que guiarão nossa conduta profissional.

A reputação da Partners resulta diretamente das ações e decisões diárias de cada um de nós. Por essa razão, é mandatório seguirmos as orientações deste código em todos os momentos e incorporá-lo à nossa rotina diária.



Prezado partner,

Nosso intuito é fazer comunicação aplicada ao mundo de negócios. Os meios de comunicação mudaram; e a forma de fazer comunicação, também. A Partners entende que a comunicação precisa estar alinhada aos objetivos estratégicos de uma empresa. É por isso que empregamos o Pro Business como nosso sistema de trabalho, desenvolvido por meio da especialização dos nossos profissionais. A comunicação, enfim, **tem compromisso com resultados.**

Nossa conduta ética é o que baseia um trabalho com comprometimento, honestidade, excelência, desenvolvimento humano, responsabilidade social, resiliência, confiança, lealdade e agilidade, valorizando uma relação de transparência e verdade entre nossos partners internos (colaboradores, prestadores de serviços e estagiários). Buscando sempre adotar uma gestão de excelência e as melhores práticas de mercado, este código nos ajudará a disseminar a nossa cultura de fazer o certo em qualquer situação, contribuindo para o constante crescimento e consolidação da Partners.

Leia. Pratique. Consulte.

Dino Bastos Sávio
CEO da Partners Comunicação Pro Business

Apresentação

Este Código de Conduta e Ética estabelece padrões de comportamento e formas de agir, de acordo com a missão, visão, propósito e valores da Partners. Aplica-se a todos que fazem parte da empresa, independentemente de nível hierárquico. Também norteará as relações com clientes, fornecedores, parceiros internos, órgãos governamentais e outros stakeholders, fazendo parte da cultura organizacional.

Ao precisar com clareza aquilo em que acredita, a Partners assume compromissos e define atitudes a serem compartilhadas com stakeholders, fornecedores, clientes e sociedade. Por meio da elaboração e definição de um código de conduta, define-se os propósitos e diretrizes que orientarão nossas ações e o comportamento no dia a dia. É uma filosofia que devemos abraçar.

Dentro de um ambiente profissional, existem diferentes personalidades. O bom relacionamento entre todos os envolvidos se baseia na ética. Ter uma boa postura diante de todos é essencial para o sucesso da empresa. Este Código de Conduta e Ética reafirma o compromisso da Partners com a conduta ética em seus relacionamentos internos e externos.

Missão

Oferecer soluções customizadas de comunicação integrada, gestão proativa, estratégias criativas e inovadoras que contribuam para o resultado e o crescimento sustentável dos nossos clientes, por meio de uma equipe multidisciplinar e comprometida. Prezamos pela excelência tecnológica e operacional, pela melhoria contínua e pela entrega de valor para os nossos stakeholders.

Visão

Alcançar a liderança do mercado nacional de comunicação integrada, com representações em cidades estratégicas no Brasil e no mundo.

Valores

Trabalho e sucesso

“O único lugar em que o sucesso vem antes do trabalho é no dicionário.”
Albert Einstein

Comprometimento

“No que diz respeito ao desempenho, ao compromisso, ao esforço, à dedicação, não existe meio-termo. Ou você faz uma coisa bem-feita ou não faz.”
Ayrton Senna

Excelência

“Nós somos o que fazemos repetidas vezes, repetidamente. A excelência, portanto, não é um feito, mas um hábito.”
Aristóteles

Desenvolvimento humano

“A vontade de se preparar tem que ser maior do que a vontade de vencer. Vencer será consequência da boa preparação.”
Técnico Bernardino

Ética

“Agir de tal maneira que possas, ao mesmo tempo, querer que a máxima de tua vontade se torne lei universal.”
Immanuel Kant

Responsabilidade social

“Somos a transformação que queremos no mundo.”
Mahatma Gandhi

Resiliência

“A inteligência é a capacidade de se adaptar à mudança.”
Stephen Howking

Confiança e lealdade

“Caráter e honestidade, respeitando as diretrizes da empresa e tratando as discordâncias com profissionalismo e transparência.”
Dino Bastos

Agilidade

“Saber se adaptar aos novos tempos, que são cada vez mais rápidos. Ser ágil não é apenas se desenvolver de forma rápida, mas solucionar problemas no tempo certo.”
Dino Sávio

Propósito

Transformar criativamente a comunicação das organizações.

Negócio

Soluções integradas em comunicação, construção e fortalecimento de reputação de marcas.

Conflitos de interesses

Conflito de interesse é toda e qualquer situação, relacionamentos ou outros fatos referentes aos próprios interesses financeiros, operacionais ou pessoais. Nas relações, tanto internas quanto externas, sua posição não poderá influenciar decisões que possam favorecer interesses próprios ou de terceiros, em prejuízo aos negócios da agência.

A Partners desaprova com veemência atos como:

- » Receber presentes ou vantagens por parte de fornecedores;
- » Contratar um fornecedor, em detrimento de outro com melhor oferta e capacidade técnica, devido a relações de amizade ou parentesco com representantes do fornecedor;
- » Contratar um profissional em detrimento de outro com melhor capacidade técnica e comportamental, devido a relações de amizade ou parentesco;
- » Utilizar de recursos da empresa para propósitos pessoais (ex.: veículos, combustíveis, insumos/materiais de escritório, como computadores, por exemplo, matérias-primas ou mão de obra);
- » Favorecimento de um colaborador, por amizade ou parentesco, em eventos de promoção ou mérito;
- » Relacionamento íntimo entre colaboradores com relação de subordinação hierárquica na empresa (chefe e staff);
- » Utilizar informações confidenciais da Partners em atividades particulares;
- » Usar recursos, cargo ou o nome da Partners para obtenção de vantagem pessoal;
- » Comercializar produtos no horário de trabalho e/ou nas dependências da empresa, independentemente da especificidade, objetivando lucro pessoal;
- » Solicitar orçamentos e serviços para fins pessoais, a alguém da equipe Partners;
- » Realizar trabalho extra sem autorização prévia do gestor.

É responsabilidade do partner comunicar esses casos, novos ou já existentes, ao canal de atendimento da empresa.



Conformidade com as leis, políticas, normas e procedimentos

Todos os partners devem cumprir os procedimentos, normas, processos, padrões de qualidades e políticas estabelecidas pela agência, assim como devem seguir as leis que estejam submetidas em sua atividade profissional. A compliance objetiva proteger a imagem da empresa, inibir a ocorrência de fraudes internas ou externas e afastar o risco de penalizações por entes reguladoras.

Seguindo esses parâmetros, a Partners visa:

- » Prevenir riscos corporativos;
- » Reconhecer ilicitudes em outras organizações;
- » Beneficiar a reputação da empresa;
- » Conscientizar os envolvidos;
- » Reduzir custos e contingências.








Patrimônio

Todo partner deve zelar pelo patrimônio físico da empresa, que compreende as instalações, equipamentos, mobílias, eletrônicos, materiais de consumo e demais bens e recursos; cuidando para que seu uso seja feito com discernimento e racionalidade.

Os partners devem cuidar de sua imagem pessoal, o que inclui roupas e acessórios, sempre que estiverem representando a empresa, ou a serviço dela, para evitar que uma má impressão seja passada aos clientes, consumidores, fornecedores e público em geral.

Sendo assim, dentro das dependências da empresa, não são permitidos trajés como:

-  bermuda,
-  chinelo,
-  roupas decotadas ou com estampas com escritas de baixo calão,
-  bonés,
-  chapéus.

Informações estratégicas de negócios, informações técnicas, dados comerciais (incluindo a sua base de clientes) ou informações financeiras não podem ser divulgadas externamente ou compartilhadas com nenhum parceiro de negócios, concorrentes e fornecedores.

É muito importante que os Partners mantenham as informações da empresa em sigilo.

Algumas não devem ser comentadas nem dentro da organização. Esse tipo de atitude é exigido para preservar a imagem da empresa, bem como seus projetos e objetivos.



Relação com os clientes

Atendimento cortês, simpatia e educação são atitudes esperadas de todos os partners. A prestação de informações de forma clara e o atendimento personalizado a cada cliente são uns dos principais pilares para uma parceria longínqua. Contribuir de maneira efetiva para o sucesso dos clientes é o caminho mais curto para tornar a missão da Partners uma realidade.

A empresa preza pela transparência das informações, preservando a relação de confiança e a sintonia com seus stakeholders. O constante diálogo é o que tange a prestação dos serviços, cumprindo, dessa forma, com o que foi contratado.

Respeitamos 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.

Evitamos qualquer situação em que possam existir dúvidas quanto à integridade das relações e nas quais paire a possibilidade de existência de algum tipo de vantagem indevida.



Relação com fornecedores

A Partners é pautada em práticas de negócios legais, eficientes e justas. São repudiadas ações consideradas anticompetitivas, monopolistas ou contrárias às boas práticas de mercado. Seguimos processos objetivos, transparentes e justos para a escolha e contratação dos fornecedores e parceiros de negócios.

Deve-se obter informações sobre a idoneidade do fornecedor. Não é permitido qualquer tipo de direcionamento de contratações, sendo estas sempre baseadas em critérios objetivos, tais como melhor preço, técnica, prazos e condições comerciais, não sendo admitido qualquer tipo de favorecimento e/ou vantagem indevidos ou não previstos expressamente nos correspondentes contratos firmados.

Gratificação em dinheiro, entretenimento e qualquer tipo de presente não devem ser aceitos pelos partners. Exceções são as cortesias, brindes promocionais e hospitalidades sem valores significativos (abaixo de R\$ 50). Caso o fornecedor queira entregar algum tipo de gratificação acima desse valor, o profissional deverá encaminhar esta para o setor de Recursos Humanos da empresa, que fará uma campanha motivacional para sorteio ou premiação interna.

Não se deve negociar diretamente com fornecedores que, de alguma forma, tenham vínculo pessoal com o negociante, ocasionando interesse na transação.



Relacionamento entre partners internos

Acreditamos na diversidade dentro do nosso time. Isso reflete na cultura organizacional, promovendo um ambiente de trabalho produtivo, criativo, harmonioso e livre de qualquer preconceito, bem como respeitando, sempre, as características e as orientações de cada indivíduo (religião, credo ou gênero).

A Partners é comprometida a oferecer um ambiente de trabalho com igualdade de oportunidades a todos os seus colaboradores, adotando a meritocracia (habilidades, experiências e aptidões) como fator exclusivo para avaliação profissional.

A relação entre os partners deve ser embasada na honestidade, justiça, disponibilidade, atenção, cortesia e respeito. Mantemos comportamentos de consideração, colaboração e solidariedade com todos.

A Partners valoriza o espírito de equipe, lealdade, franqueza, confiança e o consenso entre as pessoas. Não são admitidas discussões com posturas agressivas; assédios moral e sexual; violência verbal, gestual ou física; humilhação, constrangimento, coação ou ameaça. É de responsabilidade de todos garantir um ambiente de trabalho sadio e livre de insinuações.

Relacionamentos amorosos, que direta ou indiretamente possam influenciar nas atividades do parceiro, não deverão ser mantidos ou incentivados. Não se deve buscar obter troca de favores que aparentem ou possam dar origem a qualquer tipo de compromisso ou obrigação pessoal. **A conduta defendida pela Partners é o relacionamento estritamente profissional dentro da empresa.**

Dicas

sobre o uso das redes sociais, considerando nosso negócio

Como profissionais de uma empresa de comunicação, sabemos que devemos tomar alguns cuidados com o uso das nossas redes sociais. Nesse sentido, elencamos alguns pontos importantes para reflexão.

Você já pensou sobre como o uso das suas redes sociais pode influenciar em sua trajetória profissional?

Publicar uma selfie, marcar um restaurante onde está com os amigos, dar opiniões sobre os assuntos do Brasil e do mundo, tudo isso faz parte do dia a dia no uso das redes sociais. Tal realidade parece inofensiva. Contudo, sabemos que não é bem assim. Exposição de dados pessoais, por exemplo, pode levar à utilização prejudicial destes contra nós.

Entretanto, não são apenas os dados pessoais que representam risco no ambiente on-line. Existem muitas pessoas de olho em nosso comportamento nas redes sociais. Não à toa, nos dias de hoje, é extremamente comum as empresas analisarem as redes sociais dos candidatos, a fim de confirmar se as informações do currículo condizem com o comportamento nas redes sociais, conhecendo assim, de fato, como o candidato se comporta.



É importante refletirmos: **o que estou postando eu colocaria num cartaz no meu local de trabalho, por exemplo?**



Precisamos nos lembrar de que, apesar das redes sociais darem uma ideia de que estamos em um ambiente restrito, privado, na verdade, estamos numa praça pública, em que todos estão nos vendo e nos observando o tempo todo. Aquilo que colocamos em nossas redes ou compartilhamos via WhatsApp, ainda que pessoal, pode nos comprometer frente ao cargo que ocupamos e atividades profissionais que desempenhamos.

É importante nos lembrarmos de que os nossos stakeholders, ou seja, nosso público de interesse – como nossos clientes e fornecedores, que mantêm e sustentam nossa empresa – podem ter acesso a tudo que postamos. Logo, preservar a boa imagem profissional e imparcial é sempre mais benéfico para nós mesmos.

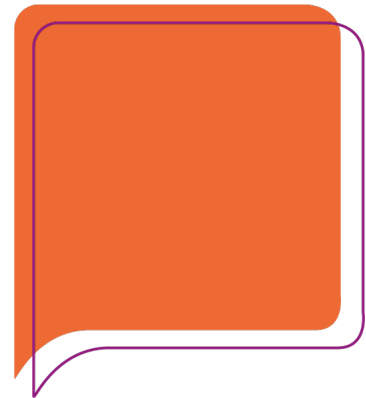


Sendo assim, restringir as pessoas que têm acesso às nossas informações é uma dica importante. É preciso ter cuidado ao emitir opiniões. Antes de postar, **respire fundo e repense o que escreverá.**

Evitar ofender quem pensa diferente de nós mesmos é altamente relevante, principalmente para empresas como a nossa, que têm os órgãos públicos (governos federal, estadual e municipal) como os principais e maiores clientes.

Assim, concluímos que somos livres para postar o que quisermos, uma vez que a maior parte das redes são pessoais. Contudo, vale sempre compreendermos que **somos um ser integral, que nossa vida pessoal, profissional, familiar, financeira etc. é toda interligada; e uma área sempre influencia na outra.** Por isso, deve-se levar em conta a importância de termos sempre uma visão de equilíbrio, utilizando nossas redes de forma saudável e positiva.

Ouvidoria interna



O ser humano, em sua essência, necessita do reconhecimento do outro e, sobretudo, de ser ouvido. É de fundamental importância que, no ambiente em que se encontra, ele tenha condições de manifestar suas opiniões e reclamações de forma que essas demandas sejam acolhidas. Diante disso, surge a necessidade de se criar um **espaço de comunicação entre empresa e colaborador, de forma estruturada, funcional e participativa**. Desse modo, apresentamos abaixo o funcionamento da Ouvidoria Interna da Partners.

A ouvidora interna é o canal que liga o partner interno ao CEO!

Essa voz é representada na figura de ouvidores e não pode ser um simples diferencial estratégico. Mais do que isso, deve ser assumido como uma parte da organização, capaz de redirecionar o rumo das decisões, acompanhadas das necessidades, dos valores, da imparcialidade e da conduta ética.

Objetivos da Ouvidoria Interna:

- » Ser canal de comunicação com o partner interno, sanando possíveis problemas não resolvidos no dia a dia;
- » Incentivar, de forma estruturada, a exposição de críticas, elogios, sugestões e/ou reclamações das práticas do dia a dia na empresa;
- » Atuar na mediação de conflitos e/ou queixas, garantindo as práticas do compliance e o código de ética;
- » Analisar as demandas e buscar respostas para solucioná-las;
- » Apresentar as respostas ao solicitante de forma clara, objetiva e transparente;
- » Obter informações que proporcionem melhorias em toda a instituição;
- » Apontar as providências ou medidas que visem solucionar problemas, quando necessário;
- » Aproximar a alta gestão dos demais colaboradores.

Como funciona?

Seu funcionamento ocorrerá nas modalidades **on-line ou presencial** (de acordo com a necessidade do colaborador), a partir de prévio agendamento. Via web, o atendimento se dará por meio do Google Meet. Já presencialmente, ele será realizado na sala de reuniões da sede. Todo processo é feito com garantia máxima de sigilo.

Esse agendamento poderá ser efetuado pelo e-mail:

ouvidoria@partnerscom.com.br ou pelo corporativo do RH (31) 99328-2723, realizando o agendamento com o ouvidor. Caso o colaborador não queira fazer um atendimento face a face, poderá enviar apenas um e-mail com a queixa para ouvidoria@partnerscom.com.br, preenchendo o formulário de ouvidoria. Retire o formulário, solicitando este pelo e-mail citado acima. O Partner poderá também fazer sua manifestação através da Intranet da Partners, clicando no link Ouvidoria Interna na página inicial da Intranet.

As demandas recebidas via Ouvidoria Interna deverão ser respondidas em um prazo de até 15 dias úteis após o recebimento efetivo da solicitação. Tais demandas serão tratadas pelo Comitê de Ética, composto pelo gestor de RH e pelo CEO, os quais assinarão um termo de confidencialidade dos assuntos tratados. **Importante destacar que demandas simples do dia a dia devem ser tratadas entre as pessoas.**

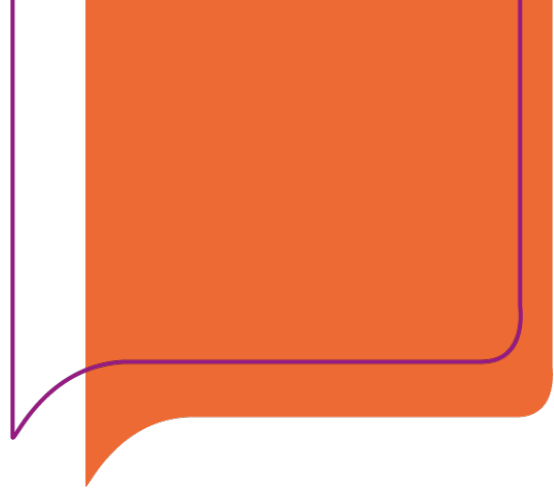
A Ouvidoria Interna será responsável por assuntos mais graves, como denúncia, queixa, informação sobre assédio ou qualquer conduta que foge deste código de ética etc.

Papel do ouvidor

Para o colaborador, o ouvidor é aquela pessoa que atua com rapidez, imparcialidade, senso de justiça; e que pode intermediar na resolução do seu problema. É um aliado na defesa de suas demandas. **Para a Partners**, ele é um mediador de conflitos, defensor das relações éticas e transparentes, que busca soluções junto às áreas da empresa e o Comitê de Ética, sensibilizando os gestores e recomendando mudanças em processos de melhorias contínuas. Tudo isso para que a Partners tome a decisão mais correta e de acordo com os direitos dos colaboradores.

O papel do ouvidor vai muito além de apontar problemas. Esse profissional deve buscar – junto às áreas de apoio, aos gestores e à direção – oportunidades de melhoria nos processos. Dessa forma, é preciso observar sempre a política, cultura, normas e regulamentos da Partners como limite de atuação do ouvidor.


A Partners Comunicação Pro Business repudia a prática da denúncia vazia, irresponsável, conspiratória ou vingativa, mas valoriza a denúncia quando a pessoa denunciante tiver conhecimento de fatos, dados ou situações irregulares envolvendo os negócios da empresa. Saiba que, nesta empresa, você tem voz; e queremos te ouvir e acolher. Exatamente por isso, **a Ouvidoria Interna foi criada pensando em você!**




CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fomento do Código de Conduta e Ética é um compromisso da alta direção da empresa. Valorizamos um ambiente de negócios íntegro e ético, que possibilite uma competitividade justa no mundo corporativo.

CANAIS DE ACESSO:

 **Carta e visita pessoal:** Rua Desembargador Alfredo de Albuquerque, 200, Santo Antônio - Belo Horizonte/MG - CEP 30.330-250 - A/C: Departamento de Recursos Humanos.

 **Telefone:** (31) 3029-6888.

 **E-mail:** ouvidoria@partnerscom.com.br.


partners
grupo pro business