

Medialink



- CÓDIGO DE ÉTICA -

medialink

Medialink



- CÓDIGO DE ÉTICA -

- . Preâmbulo
- . Objectivos e Valores Fundamentais
- . Normas Gerais de Conduta

medialink

Preâmbulo

Os fundamentos da Medialink integram um conjunto de valores éticos fundamentais que marcam a sua identidade, que a distinguem no universo empresarial e que guiam, em permanência, toda a sua actividade.

Num momento em que a Medialink enfrenta importantes desafios, projectados na esfera das transformações tecnológicas, no crescimento e afirmação no mercado, entende-se que o correspondente processo de afirmação e expansão deve ser vivido num sólido compromisso com a tradição representada pelo seu código de valores éticos.

É, pois, no contexto da afirmação e crescimento registadas no mercado que a Medialink cria medidas regulatórias, como a aprovação de um código de conduta para o regulamento interno respeitante a todas as operações internas e externas da empresa.

O Código pretende definir todos os valores essenciais presentes na Medialink, e foi objecto de redacção para permitir tornar claro as normas de conduta que se encontravam estabelecidas de forma verbal.

Os valores constantes do Código de Ética não podem ser entendidos como componentes de uma mera declaração de boas intenções. Devem, muito pelo contrário, ser sentidos como princípios e regras que, pelo facto de serem observados, vividos e garantidos por todos os colaboradores da Medialink, se tornem inseparáveis da sua identidade, da sua actividade e da sua responsabilidade social constituindo condição necessária para o respectivo sucesso.

Com o Código de Ética, a Medialink pretende atingir três objectivos fundamentais:

- Consolidar as relações de confiança que a Medialink construiu com os colaboradores, clientes, fornecedores e com toda a comunidade;
- Clarificar, junto de todos os colaboradores, as regras de conduta que os mesmos devem escrupulosamente observar, tanto nas suas relações recíprocas, como nas relações que, em nome da Medialink, estabelecem com os colaboradores, os clientes, os fornecedores e as autoridades reguladoras;
- Cimentar, junto de toda a empresa e seus colaboradores, uma vivência e partilha de valores comuns que permitam o reforço dos elementos identitários da cultura da Medialink.

A implementação do Código de Ética da Medialink não prejudica o disposto na legislação em vigor.

O CEO;



medialink

Objectivos e Valores Fundamentais

1. O Código de Ética como componente da cultura da Medialink

Os objectivos, valores e normas enunciados no presente Código de Ética integram a cultura da Medialink, a qual deve presidir à conduta profissional de todos os que trabalham na empresa, impondo a sua divulgação junto de colaboradores, clientes, fornecedores, autoridades reguladoras e concorrentes.

2. Objectivos fundamentais

Os objectivos fundamentais prosseguidos pela Medialink assentam na criação de condições para um bom nível de remuneração dos sócios e colaboradores, na oferta dos mais elevados padrões de qualidade no fornecimento de bens e serviços aos clientes, no recrutamento, motivação e promoção dos melhores quadros e talentos profissionais e no posicionamento da Medialink nos primeiros patamares de liderança.

3. Valores

Os valores que enformam os princípios e as normas de conduta do Código de Ética da Medialink consistem, nomeadamente:

- a) Na protecção dos interesses e direitos de todos os sócios e na salvaguarda e valorização dos bens que integram a propriedade da Medialink;
- b) Na observância dos deveres de lealdade e confidencialidade e na garantia do princípio da responsabilidade dos colaboradores da Medialink pela forma como exercem as respectivas funções;
- c) Na boa governança da Medialink;
- d) No cumprimento escrupuloso das normas legais e regulamentares aplicáveis à actividade da Medialink;
- e) Na solução de conflitos de interesses e na submissão dos colaboradores da Medialink aos pertinentes limites no respeitante a transacções económicas;
- f) Na observância institucional e individual de elevados padrões de integridade, lealdade e honestidade, tanto nas relações com os sócios, clientes e entidades reguladoras, como nas relações interpessoais entre os colaboradores da Medialink;
- g) Na boa fé comercial e no cumprimento escrupuloso das obrigações contratuais relativamente a clientes e fornecedores;
- h) Na observância de práticas concorrenciais vigorosas e leais;
- i) No reconhecimento da igualdade de oportunidades, do mérito individual e da necessidade de respeitar e valorizar a dignidade da pessoa humana nas relações profissionais;
- j) Na garantia da segurança e bem-estar no local de trabalho;
- l) Na responsabilidade social junto das comunidades onde a Medialink desenvolve as suas actividades empresariais.

The logo for Medialink, featuring the word "medialink" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letters "link" are white and set against a tilted orange square background. The letters "media" are black and positioned to the left of the orange square.

Normas Gerais de Conduta

Secção I

Âmbito aplicativo e violação normativa

1. Âmbito de aplicação

As normas gerais de conduta do Código de Ética aplicam-se aos colaboradores da Medialink, independentemente da função/ cargo em que se encontrem, sendo entendidos como tal, todos dirigentes, directores, quadros e restantes trabalhadores.

2. Violação das normas gerais de conduta

A inobservância pelos colaboradores da Medialink das normas gerais de conduta que o Código de Ética visa clarificar, acarreta a responsabilidade dos infractores nos termos das normas legais e regulamentares e segundo os procedimentos aplicáveis.

Secção II

Princípios e Normas

1. Protecção dos interesses e direitos dos sócios

Os colaboradores da Medialink devem actuar sempre de forma a proteger os interesses dos sócios.

A Medialink deve garantir a protecção dos interesses dos colaboradores, nomeadamente:

a) Através da audição pelos administradores dos colaboradores e do cumprimento do dever de informação, de modo a assegurar que todos tenham um tratamento justo e igualitário;

b) Através da introdução de mecanismo de incentivo à criação e manifestação da opinião.

2. Salvaguarda dos bens patrimoniais

Incumbe a todos os colaboradores da Medialink assegurar a protecção e conservação do património físico, financeiro e intelectual da empresa, devendo os recursos desta ser usados de forma eficiente, com vista à prossecução dos objectivos definidos na mesma.

The logo for Medialink, featuring the word "medialink" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letters are white and are set against a dark orange rectangular background that is tilted slightly to the right.

Normas Gerais de Conduta

Os recursos da Medialink não devem, por regra, ser utilizados pelos colaboradores para fins pessoais, devendo as eventuais excepções ser expressamente autorizadas pelos respectivos superiores hierárquicos e restringir-se a situações economicamente irrelevantes e eticamente não reprováveis que derivem de práticas de uso comum desenvolvidas fora do horário de trabalho.

3. Lealdade

Os colaboradores devem assumir um comportamento de lealdade para com a Medialink, onde exerçam a sua actividade profissional, empenhando-se em salvaguardar a sua credibilidade e boa imagem em todas as situações, bem como em garantir o seu prestígio.

4. Confidencialidade e sigilo profissional

Todos os colaboradores da Medialink, mesmo depois de cessarem as suas funções, estão sujeitos ao sigilo profissional, em particular nas matérias que, pela sua objectiva importância, por virtude de decisão interna ou por força da legislação em vigor, não devam ser do conhecimento geral. Os colaboradores devem usar, no interior da Medialink ou fora dela, de reserva e discrição relativamente aos factos e informações de que tenham conhecimento no exercício das suas funções e respeitar as regras instituídas quanto à confidencialidade da informação.

5. Responsabilidade

Os colaboradores devem pautar a sua actuação pelo escrupuloso cumprimento dos limites de responsabilidade que lhes estão atribuídos, nomeadamente quanto aos limites de tolerância ao risco definidos na Medialink e objectivos orçamentais da empresa.

Todos os colaboradores devem usar o poder que lhes tenha sido delegado de forma não abusiva, orientado para a consecução dos objectivos da respectiva empresa e não para a obtenção de vantagens pessoais, sendo responsáveis em face da Medialink pela forma como exercem as suas funções.

6. Boa governança

A administração da Medialink deve ser exercida com zelo e transparência, com a criação de condições de diálogo entre os trabalhadores sobre os objectivos, estratégia, análise de risco e avaliação de desempenho e na observância dos mais elevados padrões de governança empresarial.



Normas Gerais de Conduta

7. Cumprimento da legalidade

A Medialink, assim como todos os seus colaboradores, devem assegurar o cumprimento escrupuloso das normas legais e regulamentares aplicáveis à actividade empresarial, não podendo praticar quaisquer actos violadores das referidas disposições normativas.

8. Resolução de conflitos de interesses

Sempre que, no exercício da sua actividade, os colaboradores da Medialink sejam chamados a intervir em processos de decisão que envolvam, directa ou indirectamente, organizações com as quais colaborem ou tenham colaborado, ou ainda pessoas a que estejam ou tenham estado ligados por laços de parentesco ou afinidade, devem comunicar às chefias respectivas, a existência dessas ligações.

Os colaboradores da Medialink devem, ainda, abster-se de exercer quaisquer funções fora das empresas, sempre que estas actividades ponham em causa o cumprimento dos seus deveres enquanto colaboradores, ou em entidades cujos objectivos possam colidir ou interferir com os objectivos da Medialink.

9. Ofertas ilegítimas

A Medialink, ou os seus colaboradores, não devem aceitar ou recorrer a ofertas, pagamentos, ou outros favores de clientes ou fornecedores.

As ofertas a terceiros podem ser admitidas, contanto que não possam razoavelmente servir para a obtenção de vantagens ilegítimas na actividade empresarial ou ser interpretadas como tal, e na medida em que não sejam feitas a título pessoal, mas segundo as vias normais estabelecidas na Medialink.

As ofertas recebidas de terceiros, incluindo presentes de cortesia ou a participação em eventos com componentes lúdicas que não sejam objectivamente criadoras de valor para a Medialink, podem igualmente ser admitidas se o respectivo valor unitário não recorrente não for superior a 150 euros, devendo ser sempre comunicadas ao superior hierárquico e recusadas se indiciarem intenções menos claras por parte dos ofertantes.



Normas Gerais de Conduta

10. Transacções particulares efectuadas por colaboradores

Os colaboradores das empresas devem abster-se de participar ou manter quaisquer contratos ou transacções em condições diferentes das normais de mercado com entidades com as quais a Medialink mantenha relações comerciais, nomeadamente na negociação de empréstimos, obtenção de descontos, negociação de prazos de pagamento, ou venda de bens ou serviços que possam interferir com relações institucionais ou comerciais entre as empresas e a Medialink ou entre os colaboradores beneficiários das transacções e essas empresas.

11. Relacionamento interpessoal

Todos os colaboradores devem contribuir para a criação e manutenção de um bom clima de trabalho, nomeadamente, através de uma colaboração e cooperação mútua, devendo para esse fim não procurar obter vantagens pessoais à custa de colegas, implementando as decisões dos seus superiores que sejam tomadas de acordo com as políticas da empresa, ou incentivando e apoiando os subordinados na sua aplicação. Os colaboradores da Medialink devem pautar as suas relações recíprocas na empresa na base de um tratamento cordial, respeitoso e profissional.

São inadmissíveis quaisquer formas de discriminação individual que sejam incompatíveis com a dignidade da pessoa humana, nomeadamente em razão a origem, etnia, sexo, convicção política e confissão religiosa, não sendo igualmente toleradas condutas configuradas como de assédio sexual.

12. Relacionamento com o cliente

Os colaboradores devem evidenciar elevado profissionalismo, respeito, honestidade, boa-fé e cortesia no trato com o cliente, actuando de forma a proporcionar-lhe um serviço de atendimento e apoio eficientes, facultando-lhe informações sobre produtos, serviços e preços de modo a apoiá-lo na tomada de decisão. A observância dos princípios da honestidade e boa-fé pressupõem que as condições de venda devam ser claramente definidas e de forma não ambígua. A Medialink e os seus colaboradores devem assegurar o cumprimento escrupuloso das condições acordadas quanto à qualidade do produto ou serviço, bem como quanto às garantias.

13. Relacionamento com fornecedores

A Medialink deve sempre negociar na observância do princípio da boa-fé e honrar integralmente os seus compromissos com fornecedores de produtos ou serviços, ao mesmo tempo que deve verificar o integral cumprimento pelos primeiros das normas definidas contratualmente.

The logo for Medialink, featuring the word "medialink" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letters "i" and "l" are white, while the other letters are black. The logo is positioned on a tilted orange rectangular background.

Normas Gerais de Conduta

Os contratos devem ser claramente redigidos, sem ambiguidades ou omissões de relevo e no respeito pela Lei e pelas disposições normativas internas que na Medialink vigorem sobre a matéria. A selecção de fornecedores ou prestadores de serviços deve processar-se em conformidade com as condições de mercado, devendo ser considerados, não apenas os indicadores económico financeiros, condições comerciais e qualidade dos produtos ou serviços propostos, mas também o comportamento ético do fornecedor ou prestador de serviços, apercebido pelo público em geral.

A Medialink deve, também, sensibilizar os seus fornecedores e prestadores de serviços para o cumprimento dos valores éticos da empresa, nomeadamente no que se refere à confidencialidade da informação relativa à empresa e à preclusão de conflitos de interesses que se possam verificar sempre que os segundos sejam igualmente fornecedores ou prestadores de serviços a empresas concorrentes da Medialink.

14. Regras sobre concorrência e relações com concorrentes

Na sua actividade empresarial, a Medialink desenvolve uma prática concorrencial vigorosa e leal. A Medialink obriga-se a observar as regras e critérios de mercado, não viabilizando formas de concorrência desleal, nomeadamente através de acordos de partilha ou de fixação de preços, de cumplicidades destinadas à obtenção de vantagens sobre os concorrentes e de obtenção de informações comerciais através de meios ilegais, obrigando-se a respeitar os direitos de propriedade material e intelectual.

15. Relacionamento com entidades fiscalizadoras

A Medialink prestará às autoridades de fiscalização toda a colaboração que se encontre ao seu alcance, satisfazendo as solicitações que lhes forem dirigidas e não adoptando qualquer comportamento que possa impedir o exercício das competências de fiscalização cometidas a essas entidades.

16. Valorização das carreiras e do mérito profissional

A Medialink respeita o princípio da igualdade de oportunidades e avalia o desempenho dos seus colaboradores com base no mérito individual efectivamente demonstrado, procurando valorizar as respectivas carreiras de acordo com estes critérios.

Os colaboradores da Medialink devem procurar, de forma contínua, o aperfeiçoamento e actualização dos seus conhecimentos, tendo em vista a manutenção ou melhoria das suas capacidades profissionais e a prestação de melhores serviços aos clientes.



Normas Gerais de Conduta

17. Segurança e bem-estar no local de trabalho

A Medialink assegura o cumprimento das normas aplicáveis em matéria de segurança, saúde, higiene e bem-estar no local de trabalho, devendo os seus colaboradores observar estritamente as leis, regulamentos e instruções internas sobre esta matéria.

O cumprimento das regras de segurança constitui uma obrigação indeclinável de todos, constituindo dever dos colaboradores da Medialink reportar atempadamente aos seus superiores hierárquicos ou aos serviços responsáveis a ocorrência de qualquer situação anómala susceptível de poder comprometer a segurança das pessoas, instalações e outros equipamentos integrados na Medialink.

18. Comunicação para a imprensa e publicidade

As informações prestadas aos meios de comunicação social e através da publicidade devem:

- a) Possuir carácter informativo e verdadeiro;
- b) Respeitar os parâmetros culturais e éticos da comunidade e a dignidade da pessoa humana;
- c) Contribuir para a imagem de coesão, e para a criação de valor e dignificação da empresa.

A oportunidade das informações em referência deve ser validada pela linha hierárquica relevante, quando levadas a cabo por colaborador não mandatado para agir na qualidade de representante ou porta-voz da Medialink para o exterior.

19. Responsabilidade social

A Medialink assume a sua responsabilidade social junto das comunidades onde desenvolve a sua actividade empresarial, de forma a contribuir para o seu progresso e bem-estar.

Integram, nomeadamente, os compromissos da Medialink em matéria de responsabilidade social, as actividades de acção social e cultural desenvolvidas pelas entidades com fins não lucrativos que institua, os programas de apoio a colectividades locais com as quais colabore, o cumprimento de acordos de cooperação com associações de consumidores e as exigências de preservação do meio ambiente que derivam da sua actividade empresarial.



Lg. dos Combatentes da Grande Guerra nº 20
7150-152 Borba
Portugal
Telf. 707 308 297
Fax. 707 308 297
Email. geral@medialink.pt

Se está fora de Portugal ligue:

00 268 808 297



Produção:
Direcção de Comunicação
Ref. 0110610 v.03

medialink

Medialink

- CÓDIGO DE ÉTICA -



medialink