

Código de Conduta e Ética

Nosso objetivo

Construir as marcas mais sexys e ricas dessa geração e das próximas através do nosso método proprietário negócios creators.

Para quem vale

Este Código se aplica a todos os colaboradores, sócios, prestadores de serviços, estagiários e parceiros que atuem em nome da ou para a Vinci Society ("Colaboradores").

Ao atuar conosco, você representa nossa marca e responde por proteger nosso método, nossos clientes e nosso time.

1) Nossos princípios

- a) Integridade: fazemos o certo, mesmo quando ninguém está olhando.
- b) Foco e entrega: priorizamos o que gera impacto para o cliente e para a marca.
- c) Confidencialidade: A informação da Vinci Society e de seus clientes e colaboradores não é assunto público.
- d) Criatividade com responsabilidade: ousar, testar, medir e aprender.
- e) Respeito: diversidade, colaboração e ambiente livre de assédio.

2) Foco, rotina e padrões de entrega

- f) Use o tempo de trabalho para atividades da Vinci Society e do cliente; evite tarefas paralelas que comprometam prazos ou qualidade.
- g) Mantenha organização de arquivos, versões e registros do projeto (briefings, reuniões, aprovações e entregas).
- h) Trate prazos como compromisso: se houver risco, avise o líder do projeto com antecedência e proponha solução.

3) Confidencialidade e segurança da informação

Regra de ouro

É proibido divulgar ou compartilhar informações confidenciais, internas ou de terceiros sem prévia autorização.

- i) Informação confidencial inclui, entre outros: estratégias de marketing e vendas, campanhas, criativos, funis, metas, métricas, preços, propostas, dados de clientes,

listas, contratos, relatórios, roteiros, playbooks, templates, processos e o know-how do método da Vinci Society.

- j) Compartilhe informações apenas com quem precisa saber (need-to-know) e apenas pelos canais autorizados, bem como que tenham assinado acordo de confidencialidade.
- k) É proibido fazer fotos, gravações ou qualquer registro não autorizado de reuniões, telas, documentos, quadros, materiais e rotinas internas da Vinci Society e de seus clientes e fornecedores.
- l) Cuide do ambiente: não tenha conversas sobre clientes/projetos fora dos locais de trabalho, tais como em locais públicos (elevadores, restaurantes, transportes etc., ambientes sociais ou de convívio familiares e amigos).
- m) Ao término do vínculo, devolva/entregue todo o material, apague cópias pessoais e mantenha o dever de confidencialidade por prazo indeterminado.

4) Propriedade intelectual, know-how e materiais

O Valor do Nosso Negócio

Nosso método, materiais e know-how são nosso diferencial — proteja, use apenas com autorização e nunca compartilhe com terceiros.

- n) Todo material criado no contexto dos projetos (textos, roteiros, criativos, apresentações, relatórios, análises, planilhas, fluxos, campanhas e similares) pertence à Vinci Society ou, se aplicável ao cliente, conforme contrato aplicável.
- o) O método Vinci Society (processos, frameworks, playbooks, modelos, checklists, templates, técnicas e treinamento) é patrimônio intelectual e segredo de negócio da Vinci Society, e não pode ser copiado, distribuído, ensinado ou utilizado fora do trabalho autorizado.
- p) Toda invenção, melhoria ou inovação criada no âmbito do trabalho (ou com uso de recursos da Vinci Society) é de propriedade e deve ser revelada e cedida à Vinci Society; o Colaborador deverá assinar documentos e prestar assistência para registro/proteção (no Brasil e no exterior), inclusive após o encerramento do Contrato.
- q) É proibido reutilizar materiais de cliente/Vinci Society em projetos pessoais ou de terceiros sem autorização expressa e por escrito.
- r) Ao término do vínculo, devolva/entregue todo o material, apague cópias pessoais e mantenha o dever de propriedade intelectual por prazo indeterminado.

5) Mercado - Não concorrência e não aliciamento

Nosso Ativo é Valioso

Respeite nossos ativos de negócio – nossa metodologia— não concorra com a Vinci Society nem alicie clientes, prospects, fornecedores ou Colaboradores.

Durante o Contrato

- s) Você não pode concorrer com a Vinci Society nem prestar serviços equivalentes a concorrentes diretos ou a clientes/prospects da Vinci Society.
- t) Não alicie (direta ou indiretamente) clientes, prospects, fornecedores ou Colaboradores para benefício próprio ou de terceiros.
- u) É vedado iniciar, manter ou participar de tratativas, reuniões, trocas de informações ou compartilhamento de materiais com concorrentes (ainda que potenciais) e com pessoas/empresas em conflito com a Vinci Society (por exemplo, que estejam envolvidas em disputas, notificações ou demandas legais com a Vinci Society), salvo autorização prévia e escrita da Vinci Society.
- v) Conflitos de interesse (ex.: projetos paralelos no mesmo segmento/cliente) são vedados.

Após o encerramento (faculdade da Vinci Society)

A Vinci Society poderá, a seu exclusivo critério, exigir as obrigações acima pós-contratual:

- w) Prazo: até 12 (doze) meses, no território brasileiro e américa latina e restrito a serviços equivalentes para concorrentes e/ou para clientes atendidos nos últimos 12 (doze) meses.
- x) Compensação: pagamento mensal de 100% (cem por cento) da média da remuneração/fee mensal bruto dos últimos 3 (três) meses, durante o prazo da restrição.
- y) Comunicação: A Vinci Society comunicará por escrito, em até 30 (trinta) dias do encerramento, se exercerá (ou não) a não concorrência e prazo. Se não exercer, não haverá restrição pós-contratual.
- z) Atenção: Ainda que a Vinci Society não exerça a exigência pós contratual, o Colaborador permanece obrigado pela ética profissional, dever de confidencialidade e não violação de propriedade intelectual nos termos deste Código e legislação aplicável.

6) Conduta com clientes, parceiros e no ambiente de trabalho

- aa) Atue com respeito, profissionalismo, clareza e transparência.
- bb) É proibida qualquer forma de discriminação, assédio ou comportamento ofensivo.
- cc) Presentes, cortesias e convites devem ser moderados e nunca vinculados a contrapartida ou favorecimento.

7) Uso de recursos, ferramentas e redes sociais

- dd) Use e-mails, recursos e ferramentas corporativas de forma responsável e para fins de trabalho.
- ee) Não publique (nem comente) informações sobre clientes, projetos, bastidores ou resultados sem autorização expressa e escrita da Vinci Society e, quando aplicável, do cliente ou terceiros.
- ff) Materiais internos não devem ser armazenados em dispositivos pessoais sem controle e sem autorização. Quando autorizados, seu uso será restrito aos trabalhos vinculados à Vinci Society.

9) Medidas disciplinares e responsabilização

- gg) O descumprimento deste Código pode resultar em: advertência, suspensão, rescisão de contrato e/ou medidas legais cabíveis, conforme a gravidade e a legislação aplicável.
- hh) A Vinci Society pode buscar reparação integral de danos, sem prejuízo da aplicação de multa.

10) Comunicação

Quando estiver em dúvida, pergunte.

Se você identificar conduta de risco ou violação deste Código, reporte imediatamente.

A Vinci Society não tolera retaliação contra quem reporta de boa-fé.

Canal sugerido: sócios da Vinci Society

Denúncias: compliance@vincisociety.com