CARTA DE PRINCÍPIOS E
CONDUTA DO SEGMENTO
M.I.C.E.
(MEETINGS, INCENTIVES, CONFERENCES, EXHIBITIONS)

CARTA DE PRINCÍPIOS E CONDUTA DO SEGMENTO "M.I.C.E."

(MEETINGS, INCENTIVES, CONFERENCES, EXHIBITIONS)

Este documento representa o resultado do esforço e da união das entidades subscritoras, todas elas representantes do segmento M.I.C.E., cada uma no seu respectivo espectro de atuação.

Fruto de conversas e debates profundos, conjuga e sintetiza a experiência e as expectativas das referidas entidades, em prol de um mercado mais justo, igualitário, transparente e ético.

A CARTA DE PRINCÍPIOS E CONDUTA tem como objetivo estabelecer diretrizes para garantir a conduta ética e profissional no segmento M.I.C.E., promovendo relações transparentes, justas e respeitosas entre as empresas, clientes, fornecedores, colaboradores e a sociedade em geral.

É, antes de mais nada, um balizador da correta conduta que se espera por parte de todos os atores do mercado.

Capítulo I - Princípios Fundamentais

Artigo 1º - São Princípios Fundamentais, a serem seguidos por todos do mercado:

1. Integridade: Atuar com honestidade, responsabilidade e respeito à legislação vigente.
2. Transparência: Garantir clareza nas informações, contratos e comunicações.
3. Respeito: Promover um ambiente inclusivo, livre de discriminações e assédio.
4. Sustentabilidade ambiental e econômica: Contribuir para a preservação ambiental e o desenvolvimento social por meio de práticas sustentáveis, além de promover práticas que garantam a manutenção econômica e a sobrevivência dos fornecedores, parceiros e toda cadeia produtiva
5. Confidencialidade: Proteger informações sensíveis e sigilosas.

Capítulo II - Relações com Clientes e Fornecedores

Artigo 2º - Na relação com clientes e fornecedores, os contratos devem ser claros e detalhados, contendo minimamente:

1. Descrição precisa dos serviços a serem prestados e dos produtos a serem fornecidos.
2. Preços e condições de pagamento.
3. Prazos de execução.
4. Condições de rescisão.
5. Penalidades pelo descumprimento
6. Cláusulas de compliance
7. Observação: Recomendamos que o pagamento dos fornecedores seja efetuado preferencialmente antes do término do evento

Artigo 3º - Qualidade dos Serviços: Os serviços devem ser realizados com altos padrões técnicos e éticos, garantindo a satisfação e segurança do cliente.

Artigo 4º - Relacionamento com Fornecedores: As contratações devem ser pautadas na imparcialidade, evitando conflitos de interesse e assegurando qualidade e cumprimento das obrigações contratuais.

Capítulo III - Relações Entre Empresas do Setor

Artigo 6º - Concorrência: As concorrências devem se pautar pela lealdade e ética. O mercado deve coibir a oferta de preços predatórios ou o uso de informações confidenciais de terceiros sem autorização.

Artigo 7º - Respeito e Cooperação: As empresas devem fomentar a colaboração e evitar atitudes que prejudiquem a reputação ou os negócios de colegas do setor.

Capítulo IV - Responsabilidade Social , Ambiental e de governança

Artigo 8º - Visando o incremento das políticas sociais, ambientais e de governança, recomenda-se:

- Promover a inclusão e o respeito à diversidade, combatendo qualquer tipo de discriminação ou assédio.

- Proibir e impedir a exploração do trabalho infantil

- Utilizar recursos naturais de forma consciente e adotar práticas que minimizem impactos ambientais negativos

- Combater o trabalho escravo ou o análogo à escravidão

- Evitar jornadas exaustivas de trabalho

- Denunciar, imediatamente às autoridades competentes, os casos de exploração do trabalho infantil, escravo ou a exploração sexual

- Fomentar e incentivar ações para o combate à discriminação e exclusão

- Apoiar e executar projetos que atendam às necessidades de mobilidade

- Promover oportunidades para pessoas com deficiência

- Trabalhar de forma a promover a igualdade de oportunidades, a autonomia, o respeito e a cidadania

Capítulo V – Direitos de autor, Publicidade e Promoção

Artigo 9º - Toda publicidade deve ser transparente, evitando informações enganosas ou que explorem a vulnerabilidade do consumidor.

Artigo 10 - As ideias e projetos de terceiros devem ser utilizados somente com autorização formal e mediante os devidos créditos. Recusar prestação de serviço de qualquer instância que possa exigir divulgação de atividade confidencial, bem como após evidenciado que o projeto pertença a outra empresa, negando-se à execução e/ou alteração do mesmo a fim de descaracterizá-lo.

Artigo 11 - Os direitos de autor, morais e patrimoniais, devem ser respeitados, honrando-se patentes e marcas registradas.

Capítulo VI - Relações com o mercado

Artigo 12 - Nas relações com o mercado devem as partes assegurar-se que a execução de seus projetos está embasada na melhor técnica, bem como no respeito e obediência a todas as leis, regulamentos e diretrizes públicas.

Artigo 13 – Nas relações profissionais, recomenda-se aos atores do mercado:

- Que o escopo do trabalho seja elaborado de forma clara, com todas as informações necessárias sobre o projeto e as formas de contratação

- Que estabeleçam prazos para montagem, manutenção e desmontagem compatíveis com as características e amplitude do evento, bem como com as boas práticas trabalhistas e de segurança do trabalho;

- Nas relações comerciais de alto e médio valor agregado, e naquelas que envolvam criação ou trabalho intelectual, evitar a participação em concorrências com mais de 4 (quatro) concorrentes;

- Não praticar leilão de preços para o setor;

- Não acatar prazos estrangulados para entrega de projetos, que comprometam a qualidade da proposta;

- Não aceitar executar um projeto que tenha sido feito por um concorrente, exceto prévia autorização formal do autor;

- Valorizar a criação de projetos, estabelecendo valores para a criação artística;

- Não praticar preços incompatíveis com a qualidade dos produtos e serviços oferecidos;

- Zelar pelo pagamento aos fornecedores e parceiros, comprometendo-se com a data e os valores combinados;

- Prezar pelo atendimento de excelência e contratar parceiros que estejam em conformidade com o nível de qualidade exigido pelo seu cliente, bem como contratar somente pessoas e empresas legalmente constituídas;

- Informar à respectiva entidade representativa sobre experiências com clientes e fornecedores desleais, evitando que outros venham a sofrer os mesmos efeitos.

Capítulo VII – Supervisão e Penalidades

Artigo 14 - Recomenda-se que cada entidade possua seu próprio Conselho de Ética, responsável por supervisionar a aplicação dos seus respectivos códigos de ética e deste código de conduta, avaliando e punindo eventuais infrações.

Artigo 15 - Recomenda-se que cada entidade aplique, a depender da gradação das infrações praticadas, as seguintes penalidades:

1. Advertência formal.
2. Suspensão temporária.
3. Exclusão do quadro associativo.
4. Denúncia às autoridades competentes, quando aplicável.

Capítulo VIII - Disposições Finais

Artigo 16 - Vigência: Esta CARTA entra em vigor na data de sua aprovação e aplica-se a todas as empresas e profissionais do setor de eventos que a ele aderirem.

Artigo 17 - As entidades e atores do setor reconhecem que o mercado está em constante evolução, razão pela qual esta CARTA DE PRINCÍPIOS E CONDUTA poderá ser revisada e atualizada sempre que as circunstâncias assim o exigirem.

RECOMENDAÇÕES GERAIS

Para um mercado mais justo, ético e equilibrado, recomenda-se:

- Crie relações de parceria, fornecedores aliados do negócio. Com isso, você melhora a qualidade dos serviços e produtos, diminui riscos e amplia as colaborações.
- Não coloque preço acima de qualidade. É fundamental ter em mente que é a qualidade que vai garantir a satisfação do cliente final.
- Alinhe os processos, e garanta que todas as partes estejam seguindo a mesma estratégia para a busca de um único propósito.
- Estude e negocie condições, e garanta que o objeto da contratação seja executado contrate apenas o que for possível de executar.

Alinhadas em prol de um mercado mais justo, equilibrado, ético e transparente, assinam o presente documento as entidades abaixo relacionadas, representantes, cada uma em sua esfera de atuação, do setor de eventos.

ABEOC BRASIL abrace ALAGEVO AMPRO LIVE MARKETING MPI UBRAFE União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios