

UMA MARCA SEMPRE  
PRESENTE NO FUTURO  
DO MARKETING.

CÓDIGO DE CONDUTA

**apppm**<sup>KT</sup>

*Associação  
Portuguesa  
dos Profissionais  
de Marketing*

## **CÓDIGO DE CONDUTA DOS PROFISSIONAIS DE MARKETING**

### **APPM – ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS PROFISSIONAIS DE MARKETING**

O objectivo do presente Código de Conduta é promover e manter, para o benefício dos profissionais de marketing, das empresas e organizações e dos consumidores, padrões elevados de perícia, capacidade e integridade profissionais, no exercício das funções de marketing, vendas e serviços.

Os membros da Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing, abaixo designada por APPM, estão obrigados a uma conduta de ética profissional aceitando, implicitamente e por dever de associação, o cumprimento deste Código, conduta desejavelmente extensiva a todos os profissionais da área mesmo que não membros da Associação.

#### **CAPÍTULO I**

##### **Artigo 1º**

##### **Profissional de Marketing**

Profissional de marketing é todo aquele que desenvolve a sua actividade numa empresa, organização ou instituição, com fins ou não lucrativos, exercendo funções relacionadas com o marketing, conforme descrição no Anexo I.

##### **Artigo 2º**

##### **Responsabilidades do Profissional de Marketing**

Os profissionais de marketing devem assumir a responsabilidade das consequências provenientes da sua actividade e fazer todos os esforços para

assegurar que as suas concepções, criações, decisões, recomendações e acções funcionam para identificar, servir e satisfazer em geral os seus clientes e organizações e os consumidores.

### **Artigo 3º**

#### **Da interpretação**

Na interpretação do presente Código de Conduta deverá ser considerado o que prescreve o Código de Ética da EMC, Confederação Europeia de Marketing, os princípios gerais de direito, a legislação nacional e os Pareceres a elaborar pela APPM e/ou a quem for delegada competência para a fiscalização do presente documento.

### **Artigo 4º**

#### **Dos princípios**

Os profissionais de marketing que subscrevam o presente Código de Conduta obrigam-se, no desenvolvimento da sua actividade profissional, a respeitar os princípios de confidencialidade, licitude, veracidade, integridade e honestidade e respeito pelos direitos dos consumidores.

### **Artigo 5º**

#### **Princípio da confidencialidade**

Os profissionais de marketing não deverão divulgar ou usar para seu próprio proveito informações confidenciais relacionadas com os seus empregadores ou clientes sem o seu consentimento, excepto quando estatutariamente lhe for solicitado.

## **Artigo 6º**

### **Princípio da licitude**

Os profissionais de marketing deverão respeitar o Código da Publicidade e a legislação conexas, rejeitando qualquer comunicação que ofenda os valores, princípios e instituições fundamentais constitucionalmente consagrados.

## **Artigo 7º**

### **Princípio da honestidade**

1. Os profissionais de marketing deverão negociar e comunicar honestamente com os consumidores, clientes, empregados, empregadores, fornecedores e distribuidores.
2. Os profissionais de marketing não deverão exigir, encorajar, coagir ou adoptar qualquer comportamento que conduza a uma conduta menos ética nas suas relações de negócios.
3. Os profissionais de marketing deverão evitar participar em conflitos de interesses e, caso tenham por motivos profissionais ou pessoais que intervir, devem previamente informar todas as partes envolvidas.
4. Da comunicação referida no número anterior deve ser dado conhecimento à APPM e/ou quem for delegada competência para a fiscalização do presente Código.

## **Artigo 8º**

### **Princípio da integridade**

Os profissionais de marketing deverão exercer a sua actividade profissional com integridade e tendo a atenção os princípios e o espírito destas normas, de tal modo que a sua reputação, a dos seus empregadores, bem como a imagem da APPM e a própria actividade de marketing em geral, sejam protegidas.

## **Artigo 9º**

### **Do princípio do respeito pelos direitos dos consumidores**

1. Os profissionais de marketing deverão, designadamente:
  - a) Recusar e não estar envolvido em qualquer manipulação de consumidores e táticas de vendas ilícitas;
  - b) Recusar e não estar envolvido em promoções de vendas fraudulentas;
  - c) Recusar elaborar, conceber ou divulgar publicidade oculta ou dissimulada que possa violar os direitos dos consumidores.
2. Respeitar o direito á informação dos consumidores.

## **Capítulo II**

### **Dos deveres especiais**

## **Artigo 10º**

### **Da responsabilidade social**

1. Os profissionais de marketing devem recusar-se a conceber, divulgar, comunicar ou de alguma forma colaborar em comunicações que possam colocar em risco ou ameaçar gravemente:
  - a) A dignidade humana ou a ordem pública, incluindo a protecção de menores e a repressão do incitamento ao ódio fundado na raça, no sexo, na religião ou na nacionalidade, nomeadamente por razões de prevenção ou repressão de crimes ou de ilícitos de mera ordenação social;
  - b) A saúde pública;
  - c) A segurança pública, nomeadamente na vertente da segurança e defesa nacionais;
  - d) Os consumidores, incluindo os investidores.

2. Os profissionais de marketing deverão impulsionar a condução de estratégias de marketing sustentável, contribuindo para que as empresas e as organizações prossigam políticas socialmente responsáveis, no respeito pelos diversos parceiros de negócio, pelos consumidores, pela sociedade e pelo ambiente.

3. Os profissionais de marketing devem estar predispostos a conceber, divulgar, comunicar ou de alguma forma colaborar em comunicações que visem iniciativas de apoio e integração social.

### **Artigo 11º**

#### **Da competência**

Os profissionais de marketing deverão fazer todos os possíveis para manter padrões profissionais elevados e deverão empenhar-se em assegurar que aqueles com quem e para quem trabalhem, o façam de igual modo.

Os membros deverão regularmente evoluir, desenvolver e manter os seus conhecimentos - especialidade, perícia - de marketing para o benefício da sociedade, da sua actividade profissional e dos consumidores.

### **Artigo 12º**

#### **Da protecção da privacidade**

1. O associado da APPM não deve utilizar ou referir qualquer pessoa, a sua família ou os seus bens, quer no contexto da sua vida pública quer no da sua vida privada, sem autorização expressa e prévia do visado.

2. O profissional de marketing reconhece e protege o direito á imagem e ao bom nome.

### **Artigo 13º**

#### **(Da informação em rede)**

1. O profissional de marketing reconhece que a informação obtida através da internet deve ser autorizada e documentada adequadamente.
2. A informação obtida através da internet deve ser estimulada, mas deve ser salvaguardada e respeitada.
3. Os profissionais de marketing devem respeitar e incentivar a integridade e propriedade dos computadores, bem como dos sistemas de rede.

### **Artigo 14º**

#### **Da equidade**

1. O profissional de marketing, no caso de exercer a sua função como profissional liberal deve estabelecer equitativamente tabela de honorários, considerando os usos e costumes para trabalhos de consultoria de carácter semelhante.
2. Em caso de conflito quanto à equidade dos honorários fixados, os interessados poderão pedir a intervenção de uma comissão tripartida a presidir por um elemento da Direcção da APPM.

## **Capítulo III**

### **Artigo 15º**

#### **Da exclusão dos subscritores**

Pela adopção deste Código, cada associado aceita a sua exclusão de membro da APPM, no caso de declarado culpado de violação grave das suas normas, após investigação apropriada pela Associação ou por quem seja delegada a competência para a apreciação das violações das regras de conduta.

## **Artigo 16º**

### **Da fiscalização e sancionamento**

1. A fiscalização do cumprimento do presente Código de Conduta pelos associados da APPM e por todos a que voluntariamente aceitam submeter-se aos seus princípios, será efectuada por todos os associados.
2. A instrução de eventuais processos pela infracção ao disposto no Código será da responsabilidade da Direcção da APPM que poderá delegar a respectiva competência em um ou mais directores.
3. A decisão será tomada por maioria dos membros da Direcção, tendo o Presidente voto de qualidade.

## **Artigo 17º**

### **Dos Recursos**

Das decisões proferidas nos termos do artigo anterior cabe recurso para a Assembleia Geral da APPM.

## **Artigo 18º**

### **Disposições transitórias**

- 1.No prazo de 180 dias a contar da aprovação do presente Código deverá a Direcção submeter o Regulamento de acompanhamento e disciplinar a aprovação pela Direcção.
- 2.O anexo I, referente às funções marketing, será devidamente actualizado, sempre que a evolução do mercado o justifique, assim como a necessidade de alinhamento desejável com padrões que venham a ser definidos por organizações internacionais, nomeadamente europeias, de que a APPM seja membro.



## ANEXO I

Marketing Estratégico	Diretor de Marketing
	Gestor de Produto
	Gestor de Marca
	Analista de Mercado
	Especialista em Posicionamento de Marca
	Gestor de Crescimento (Growth Manager)
Marketing Digital	Gestor de Marketing Digital
	Especialista em SEO
	Especialista em SEM
	Gestor de Redes Sociais
	Gestor de Tráfego Pago
	Especialista em Automação de Marketing
	Analista de Marketing Digital
	Especialista em UX/UI
	Especialista em CRO (Conversion Rate Optimization)
Marketing de Conteúdo e Comunicação	Gestor de Conteúdos
	Copywriter
	Gestor de Relações Públicas
	Especialista em Comunicação Empresarial
	Especialista em Storytelling
	Redator Técnico
	Gestor de Influenciadores
Publicidade e Criatividade	Diretor Criativo
	Designer Gráfico
	Diretor de Arte
	Gestor de Publicidade
	Produtor de Conteúdo Audiovisual

	Especialista em Motion Graphics
	Gestor de Eventos
Marketing de Performance e Análise de Dados	Analista de Dados de Marketing
	Especialista em Web Analytics
	Gestor de CRM
	Especialista em BI (Business Intelligence)
	Analista de Customer Insights
	Gestor de Afiliados
E-commerce e Vendas	Gestor de E-commerce
	Especialista em Marketplaces
	Gestor de Pricing
	Especialista em Vendas B2B
	Gestor de Parcerias Estratégicas
	Inside Sales Representative
Marketing Relacional e Customer Experience	Gestor de Experiência do Cliente
	Gestor de Customer Success
	Especialista em Fidelização de Clientes
	Especialista em Atendimento ao Cliente
	Gestor de Programa de Recompensas
Marketing de Inovação e IA	Especialista em IA aplicada ao Marketing
	Gestor de Martech
	Especialista em Blockchain para Marketing
	Analista de Tendências e Inovação
	Consultor de Transformação Digital
Comercial e Vendas	Diretor Comercial
	Gestor de Vendas
	Gestor de Contas (Key Account Manager)
	Especialista em Desenvolvimento de Negócios (Business Development)
	Representante Comercial

	Consultor de Vendas
	Gestor de Parcerias e Alianças
Trade Marketing e Retalho	Gestor de Trade Marketing
	Gestor de Categoria (Category Manager)
	Especialista em Merchandising
	Gestor de Canal de Distribuição
	Especialista em Shopper Marketing
Inovação e Estratégia Comercial	Gestor de Novos Negócios
	Especialista em Transformação Digital
	Gestor de Pricing e Revenue
	Especialista em Customer Success B2B
	Gestor de Estratégia Comercial

***Esta lista inclui diversas funções nas áreas de marketing e subáreas relacionadas. Caso identifique alguma função em falta, por favor, entre em contacto com a APPM para que possamos proceder à atualização.***