

PH Consult · Código de ética e conduta

2026-09-22 · @Someone

Por que este código existe

O mastro da bandeira da PH Consult não se apoia no cume: ele atravessa a montanha até o chão. Este código é esse chão. Ele reúne o que fazemos, o que não fazemos e como decidimos quando a resposta não é óbvia.

A quem se aplica: sócios, colaboradores, freelancers, prestadores de serviço e parceiros que trabalham com a PH ou em nome dela. Quem fala com um cliente da PH fala pela PH.

O teste para situações que este texto não prevê: eu conseguiria explicar essa decisão ao cliente, olhando nos olhos e com os números na mesa? Se a resposta for não, pare e pergunte antes de agir.

Nossos princípios

São cinco, e todos os outros capítulos saem deles.

1. **Fato antes de efeito.** Herdamos do jornalismo a regra de apurar antes de afirmar. Nenhum número, depoimento ou resultado é inventado, arredondado para cima ou tirado de contexto.
2. **Palavra dada é entrega.** Prazo combinado é compromisso. Se algo ameaça a entrega, o cliente e o responsável pelo projeto sabem antes do prazo vencer, junto com uma proposta de solução.
3. **Sigilo por padrão.** Tudo o que o cliente nos conta é confidencial até que ele diga o contrário, por escrito.
4. **A marca do cliente vem antes da nossa.** Não usamos o trabalho de um cliente para promover a PH sem autorização, e não recomendamos nada que sirva mais ao nosso contrato do que ao negócio dele.
5. **Respeito sem exceção.** Com clientes, parceiros, fornecedores, concorrentes e dentro do time.

Compromissos com o cliente

O cliente contrata a PH para ter posição clara no mercado, e cada compromisso abaixo protege isso.

- **Nada de resultado garantido.** Prometemos método, dedicação e transparência. Número de seguidores, leads ou vendas depende de fatores fora do nosso controle, e nunca é vendido como certeza.
- **Relatório honesto.** O relatório mostra o que funcionou e o que não funcionou, com a mesma clareza. Métrica ruim não some do relatório.
- **Métrica que importa.** Priorizamos indicadores ligados ao negócio (leads, conversas, alcance qualificado) em vez de números de vaidade.
- **Escopo claro.** O que está e o que não está no contrato fica escrito. Pedido fora do escopo é conversado antes de ser executado, nunca cobrado de surpresa.
- **Registro de tudo.** Briefings, aprovações, versões e entregas ficam documentados e acessíveis ao cliente.
- **Saída organizada.** Se o contrato terminar, o cliente recebe os materiais que são dele e os acessos às próprias contas, sem atraso e sem condicionantes.

Verdade na comunicação e na publicidade

Todo conteúdo que a PH produz, para clientes ou para si mesma, segue o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária do CONAR e as regras do setor de cada cliente.

Não fazemos, em nenhuma hipótese:

- Comprar seguidores, curtidas, comentários ou visualizações, nem usar robôs de engajamento.
- Criar avaliações, depoimentos ou perfis falsos.
- Publicar dado, estatística ou resultado sem origem verificável.
- Esconder publicidade: conteúdo pago ou em parceria é identificado como tal.

Clientes da área da saúde: médicos, dentistas e demais profissionais têm regras próprias de publicidade definidas pelos seus conselhos, como o CFM e o CFO. A PH conhece essas regras antes de produzir e não publica nada que exponha o cliente a processo ético, mesmo que ele peça.

Nossos próprios resultados: cases só com autorização do cliente, com números reais e com o contexto correto. Resultados obtidos antes da PH existir são apresentados como tal.

Sigilo e proteção de dados

A regra é simples: o que é do cliente fica com o cliente. Isso inclui estratégias, números, metas, preços, contratos, listas de contatos, roteiros e qualquer informação que ele compartilhe conosco.

Na prática:

- Informação de cliente circula só entre quem trabalha no projeto dele.
- Nada de conversar sobre clientes e projetos em público, em grupos pessoais ou nas redes.
- Prints, gravações e cópias de reuniões ou materiais só com autorização.
- Dados pessoais (de clientes, leads e seguidores) são tratados conforme a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018): coletamos só o necessário, usamos só para o fim combinado e excluimos quando não forem mais precisos.

Acesso às contas dos clientes: senhas ficam em gerenciador de senhas, nunca em planilha, bloco de notas ou mensagem. Sempre com verificação em duas etapas ativada. Quando alguém deixa o projeto, o acesso é removido no mesmo dia.

Depois do fim do vínculo: materiais de cliente são devolvidos ou apagados, e o dever de sigilo continua valendo sem prazo.

Propriedade intelectual

O que o cliente paga é dele; o jeito como a PH trabalha é da PH. O contrato de cada projeto é o que vale em caso de dúvida.

Material	De quem é
Contas, perfis, seguidores e dados das redes do cliente	Sempre do cliente
Entregas finais pagas: posts, roteiros, apresentações, identidade visual	Do cliente, conforme o contrato
Método Cume, modelo do Blueprint, templates, checklists e processos internos	Da PH Consult
Trabalho de freelancers e colaboradores feito para a PH	Cedido à PH, ou ao cliente, pelo contrato de cada um
Uso de trabalhos de clientes no portfólio da PH	Só com autorização por escrito

Obras de terceiros: imagens, músicas, vídeos e fontes só entram em uma peça com licença ou autorização. Referência é bem-vinda; cópia de conteúdo de concorrente ou de outra marca, não.

Uso de inteligência artificial

A PH usa inteligência artificial como ferramenta de trabalho, e a responsabilidade pelo resultado é sempre de uma pessoa do time.

- **Revisão humana obrigatória.** Nenhum texto, imagem ou análise gerada por IA vai para o cliente ou para o ar sem revisão.
- **Fato checado.** Dados, nomes e citações sugeridos por IA são conferidos na fonte antes de serem usados, como qualquer outra informação.
- **Dados sensíveis protegidos.** Informações confidenciais de clientes só entram em ferramentas de IA aprovadas pela PH, com configurações que não usem esses dados para treinar modelos.
- **Transparência com o cliente.** Se o cliente perguntar como uma peça foi feita, a resposta é verdadeira. Se ele pedir para não usarmos IA no projeto dele, respeitamos.
- **Nada de imitar pessoas reais.** Não usamos IA para imitar a voz, o rosto ou o estilo de alguém sem autorização expressa dessa pessoa.

Conflito de interesses e relação com o mercado

Como a PH atua em nichos (educação, saúde, executivos e fundadores), é natural atender empresas parecidas. A regra é transparência antes da assinatura.

- **Clientes concorrentes.** Antes de fechar com uma empresa que concorre diretamente com um cliente atual (mesmo segmento e mesma região), a PH avisa o cliente atual. Exclusividade só existe quando está no contrato.
- **Comissão escondida, nunca.** Se a PH indica um fornecedor (gráfica, produtora, ferramenta) e recebe algo por isso, o cliente sabe antes de decidir.
- **Projetos paralelos de quem trabalha com a PH.** São permitidos, desde que não usem informação ou material da PH e sejam comunicados quando envolverem o mesmo segmento de um cliente atendido pela pessoa.
- **Não aliciamento.** Durante o vínculo e nos 12 meses seguintes, quem trabalhou em um projeto não oferece serviços diretamente àquele cliente, nem convida pessoas do time para projetos concorrentes. Essa regra vale nos termos do contrato de cada pessoa.
- **Presentes e vantagens.** Brindes e cortesias de valor simbólico são aceitos. Nada é oferecido ou recebido em troca de decisão, e relações com órgãos públicos seguem a Lei Anticorrupção (Lei 12.846/2013).
- **Concorrentes.** Falamos do nosso trabalho, não do deles. Nada de criticar agências ou consultorias concorrentes em público.

Conduta no dia a dia e nas redes

A PH é pequena, então cada pessoa é a marca inteira em uma conversa com o cliente.

- **Assédio e discriminação: tolerância zero.** Nenhuma forma de assédio moral ou sexual, preconceito ou humilhação é aceita, com quem quer que seja.
- **Comunicação no tom da marca.** Direta, confiante, apurada e próxima, também nas mensagens ao cliente. Sem travessão, como manda o brand book.
- **Redes pessoais.** Cada um posta o que quiser sobre a própria vida, mas nunca bastidores, números ou opiniões sobre clientes e projetos sem autorização.
- **Divergência se resolve em privado.** Discordou de uma decisão do cliente ou do time? A conversa acontece com quem decidiu, nunca em grupo ou nas redes.
- **Ferramentas de trabalho.** Contas, arquivos e ferramentas da PH são usados para o trabalho, e materiais de clientes não ficam salvos em dispositivos pessoais sem proteção.

Quando algo der errado

Erro honesto se resolve; erro escondido vira problema. Quem errou, ou viu algo errado, avisa na hora.

Como relatar: direto com o Raphael, fundador da PH, ou pelo e-mail [e-mail de contato]. Relatos feitos de boa-fé nunca geram retaliação, mesmo quando envolvem um cliente importante.

O que acontece quando o código é descumprido, conforme a gravidade:

1. Conversa e orientação, para deslizes pontuais e sem má-fé.
2. Advertência por escrito, para repetição ou descuido com impacto no cliente.
3. Encerramento do contrato ou do vínculo, para falhas graves de sigilo, verdade ou respeito.
4. Medidas legais, quando houver vazamento de dados, fraude ou prejuízo ao cliente ou à PH.

Revisão: este código é revisado uma vez por ano, ou antes, se a lei ou a forma de trabalhar da PH mudar.

Termo de ciência e compromisso

Eu, abaixo identificado, declaro que li o Código de Ética e Conduta da PH Consult, entendi o que ele pede e me comprometo a segui-lo enquanto trabalhar com a PH. Os deveres de sigilo e de respeito à propriedade intelectual continuam valendo depois do fim do vínculo.

Nome: _____

Função ou tipo de vínculo: _____

CPF ou CNPJ: _____

Data: ____ / ____ / _____

Assinatura: _____