

Lista de Restrições

Restrição	Razão (Lógica)
Utilização de Práticas de Marketing Éticas	Todas as atividades de marketing da empresa devem seguir práticas éticas e conteúdo enganoso, difamatório ou antiético.
Conformidade Legal	A empresa deve cumprir todas as leis e regulamentos de marketing, incluindo proteção de dados e publicidade.
Privacidade do Cliente	A privacidade e os dados pessoais dos clientes devem ser rigorosamente protegidos com as leis de privacidade aplicáveis.
Transparência nas Campanhas de Marketing	Todas as campanhas de marketing devem ser transparentes quanto à identidade e propósito da mensagem.
Não Discriminação e Respeito à Diversidade	As campanhas de marketing devem ser sensíveis à diversidade cultural, étnica e de gênero, evitando qualquer forma de discriminação.
Respeito à Propriedade Intelectual	Não utilizar material protegido por direitos autorais sem a devida autorização ou violar marcas registradas e outros direitos de propriedade intelectual.
Acuracidade das Informações	Todas as informações e declarações nas campanhas de marketing devem ser verdadeiras e atualizadas.
Sustentabilidade nas Práticas de Marketing	Promover práticas de marketing sustentáveis e ambientalmente responsáveis, contribuindo para a responsabilidade social corporativa.
Revisão e Auditoria	Implementar um processo de revisão interna e auditoria para garantir o cumprimento dos regulamentos da empresa.
Concorrência Justa	Competir de forma justa no mercado e evitar práticas anticompetitivas que prejudiquem a concorrência saudável.
Responsabilidade Social Corporativa	Contribuir positivamente para a comunidade e a sociedade por meio de iniciativas de responsabilidade social corporativa.
Qualidade dos Serviços de Marketing	Garantir que todos os serviços de marketing oferecidos pela empresa sejam de alta qualidade e atendam às expectativas dos clientes.