



Código de Conduta

O Código de Conduta da Awin traz regras e orientações adicionais para ajudar os editores a oferecer um desempenho de alta qualidade para os anunciantes na rede Awin.

Introdução

O Código de Conduta da Awin vale para todos os Editores da Rede Awin que levam tráfego e consumidores aos Anunciantes.

O **Código busca** alcançar os seguintes objetivos:

Confiança

Manter a confiança do consumidor na regulamentação das tecnologias de rastreamento e da publicidade online.

Equidade

Garantir a equidade nas transações entre editores e anunciantes

Compliance

Garantir o compromisso com padrões sociais reconhecidos internacionalmente e, em particular, com as posições estabelecidas na Lei Alemã da Devida Diligência em Cadeias de Fornecimento

O Código inclui orientações práticas, que os editores devem seguir para cumpri-lo, mas isso não garante a conformidade.

Os editores devem decidir por conta própria as medidas que irão tomar para manter a conformidade com o Código. Ou seja, manter a conformidade com o Código pode exigir dos editores medidas além daquelas descritas nas orientações.

Este Código reflete as expectativas da Awin em relação ao marketing de afiliados geral. Pode haver outras expectativas em regiões, setores e atividades específicos, detalhados em seus respectivos

Documentos de Código de Conduta e Práticas Recomendadas.

São eles:

 [Softwares para download](#)

 [Anúncios com cupons](#)

 [Práticas recomendadas para cashback \(Reino Unido\)](#)

Além disso, os padrões éticos para fornecedores deverão ser observados de acordo com o [Código de Conduta do Fornecedor Awin](#), que poderá ser adotado ou atualizado pela Awin a seu critério, mediante notificação ao Afiliado

Monitoramento e execução

A Equipe de Conformidade de Parceiros da Awin coopera com os gerentes de conta da Awin, os anunciantes, editores e fornecedores terceirizados para monitorar de forma eficaz o comportamento na rede e aplicar a conformidade com este Código e nossos Termos e Condições.

Tentamos ter uma abordagem colaborativa à resolução de problemas em atividades, as atividades fora de conformidade receberão sanções, que vão de avisos e perda de comissões a suspensões, encerramento de contas e proibição de participação na rede.



Código de Conduta

Regras e orientações

Regra 1

Os editores divulgam de forma proativa todas as atividades promocionais, além de obter a aprovação dos anunciantes para tais atividades.

Orientação

- 01 Os editores usam a Página de Perfil do Editor para divulgar suas atividades.
- 02 Os editores que realizam atividades fora dos espaços promocionais registrados divulgam essa atividade de forma explícita para o anunciante.

Regra 2

Os editores não impactam negativamente o desempenho, funcionalidade ou disponibilidade da página do anunciante.

Orientação

- 01 O tráfego oferecido não excede expectativas razoáveis de volume.
- 02 Caso os anunciantes relatem interferência ou impacto negativo, o editor encerra as atividades imediatamente.
- 03 Os editores não empregam técnicas que alteram o design ou interferem na funcionalidade da página de um anunciante sem sua permissão explícita.

Regra 3

Os editores informam a localização de empresa e residência com precisão.

Orientação

- 01 Mediante solicitação, os editores fornecem documentos adicionais para comprovar a localização da empresa e a residência dos acionistas.

Regra 4

Os editores utilizam apenas softwares para download que sigam os padrões aplicáveis.

Orientação

- 01 Todos os softwares para download utilizados pelo editor cumprem com o [Código de Conduta do IAB](#)
- 02 Os editores fornecem software para análise da equipe de conformidade de parceiros da Awin antes do uso pelos Anunciantes.
- 03 Os editores só usam software para download com permissão expressa do anunciante.

Regra 5

Os editores não se envolvem em atividades de “spam”.

Orientação

- 01 Os editores não usam plataformas de terceiros ou presença em redes sociais para fins de publicidade sem permissão do proprietário de tal espaço

Regra 6

Os editores não publicam nem permitem a publicação de qualquer conteúdo que possa prejudicar o marketing do editor, de qualquer anunciante ou do respectivo licenciador ou licenciado do anunciante

Orientação

- 01 Os editores garantem a moderação efetiva de todos os conteúdos gerados pelo usuário, dos quais permitam a publicação
- 02 Os editores respondem imediatamente a qualquer comunicação emitida por um anunciante, ou pelo respectivo licenciador ou licenciado do anunciante, em relação a conteúdos que possam ser considerados difamatórios

- 03 Os editores nunca consideram apropriados os seguintes exemplos de conteúdos:

- ➔ Conteúdos obscenos ou pornográficos
- ➔ Conteúdos discriminatórios, especialmente baseados em raça, nacionalidade, identidade sexual, religião ou idade
- ➔ Conteúdos difamatórios
- ➔ Conteúdos violentos ou que incitem a violência
- ➔ Conteúdos que violem direitos de propriedade intelectual
- ➔ Conteúdos que violem as leis aplicáveis

Regra 7

Os editores só se envolvem em marketing de busca pago se for de acordo com as leis e os padrões aplicáveis

Orientação

- 01 Os editores cumprem as expectativas das buscas pagas informadas nos perfis dos respectivos anunciantes.
- 02 Os editores não usam termos que violem marcas de terceiros em suas atividades de busca paga.
- 03 Os editores levam em conta todas as leis aplicáveis em seu país de origem, no país de residência do anunciante e no país de residência do público-alvo.
- 04 Os editores notificam a Awin e fornecem comprovação de qualquer acordo com um anunciante em relação à exclusividade ou outros acordos em relação ao uso de termos específicos, incluindo identidades de marca, em atividades de busca pagas.

Código de Conduta

Regra 8

Os editores não enganam os consumidores em suas atividades de publicidade

Orientação

- 01 Todas as informações fornecidas pelos editores aos consumidores são precisas e atualizadas.
- 02 Os editores têm todas as licenças e os registros relevantes em relação a seus produtos. Alguns exemplos de atividades que costumam exigir licenças e registros específicos são:
 - Serviços financeiros
 - Serviços de saúde
- 03 Os editores não interferem na experiência de navegação dos consumidores de forma inesperada ou mal-intencionada.

Regra 9

Os editores são transparentes em relação à origem do tráfego e o ambiente em que os anúncios são exibidos.

Orientação

- 01 Os editores usam indicadores HTTP que denotam a verdadeira página de conteúdo na qual um anúncio foi exibido.
- 02 Os editores não se envolvem com atividades e técnicas que tentam mascarar a origem do tráfego.

Regra 10

Os editores não fazem mau uso dos links de rastreamento e do material do anunciante.

Orientação

- 01 Os editores só iniciam o rastreamento por meio de um link de rastreamento de cliques se o usuário interagir de forma voluntária e intencional com a mídia do anúncio ou com o link de rastreamento.
- 02 Os editores só iniciam o rastreamento de um anunciante específico caso o consumidor interaja diretamente com a mídia do anúncio desse anunciante.
- 03 Caso um acordo com um anunciante permita o uso fora do padrão de links de rastreamento e de materiais do anunciante, mediante solicitação, os editores fornecerão à Awin a confirmação por escrito de tal acordo.

Regra 11

Os editores que são sub-redes garantem e são responsáveis pela transparência das atividades de seus subeditores.

Orientação

- 01 As sub-redes serão as únicas responsáveis pelas ações promocionais ou omissões de seus subeditores, como se fossem próprias. Qualquer violação de uma das regras deste Código de Conduta cometida por um subeditor será tratada como uma violação cometida pela sub-rede correspondente.
- 02 Ao informar o tráfego e as vendas à rede da Awin, as sub-redes devem usar o Parâmetro de Referência de Cliques (clickref) para identificar o subeditor e o campo de URL, a fim de informar à Awin a URL do subeditor que impulsionou a venda.
- 03 A Awin manterá sigilo absoluto sobre qualquer subeditor que promova anunciantes por meio de uma sub-rede e se reserva o direito de suspender ou bloquear determinados subeditores de promover anunciantes da Awin.
- 04 Não são permitidas relações de sub-sub-rede.

Regra 12

Os editores oferecem cooperação total para a resolução de problemas ou disputas.

Orientação

- 01 Os editores respondem a solicitações de informações da Awin ou dos anunciantes de forma oportuna, precisa e completa.
- 02 Os editores interrompem as atividades imediatamente em caso de solicitação da Awin ou de um anunciante.

Regra 13

Os editores seguem o espírito desse Código de Conduta.

Orientação

- 01 Os Afiliados observam os padrões éticos para fornecedores, de acordo com o [Código de Conduta do Fornecedor Awin](#)
- 02 Os editores sabem que este Código de Conduta não é exaustivo e não atuam de forma contrária ao espírito deste Código de Conduta