

REVISTA METROPOLITANA DE GOVERNANCA CORPORATIVA - ISSN: 2447-8024 PRODUTO TECNOLÓGICO

Este produto possui a finalidade de ser uma ferramenta útil e aplicada para as empresas e profissionais. Nesta proposta, o seu conteúdo se apresenta de forma pragmática e objetiva, e busca utilizar a estrutura de comunicação comum ao ambiente das organizações.

Este material não apresenta o arcabouço teórico comum aos trabalhos acadêmicos, no entanto eles foram elementos fundamentais para o desenvolvimento deste produto. O referencial teórico que sustenta esta proposta pode ser identificado na pesquisa abaixo indicada.

Dissertação de mestrado - OS CÓDIGOS DE CONDUTA DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA COMO FERRAMENTA DA GOVERNANÇA CORPORATIVA, que pode ser consultada pelo *link* → biblioteca.fmu.br/F/RENRA9F87LYFJGAT8GB1PLYEUY589F7SK2JQJU6BPDVPAV7JP305494?func=findb&request=ROSELI+APARECIDA+CIFARELLI+&find_code=WRD&local_base=FMU01&x=43&y=6&filter_code_1=WLN&filter_request_1=&filter_code_2=WYR&filter_request_2=&filter_code_3=WYR&filter_request_3=&filter_code_4=WTY&filter_request_4=&filter_code_5=WSL&filter_request_5=

Se posicionam como autores desta Ferramenta:

Roseli Aparecida Cifarelli - Desenvolveu a pesquisa durante seu mestrado.

Celso Machado Júnior - Orientador da pesquisa.

FINALIDADE DESTE PRODUTO TECNOLÓGICO

Este Produto Tecnológico se posiciona como uma ferramenta destinada a auxiliar os gestores e membros do Conselho de Administração, a incorporar boas práticas de gestão no processo de elaboração de um código de conduta e o ética. A proposta se baseia na proposição dos elementos fundamentais da Governança Corporativa

Este documento passou por um processo de revisão do editor da revista, e por mais dois revisores. Os revisores que participaram do processo de avaliação, se posicionam como profissionais atuantes na área, e que potencialmente se beneficiariam do uso desta ferramenta.

Atenciosamente.

Celso Machado Jr.

BOAS PRÁTICAS DE GESTÃO PARA ELABORAÇÃO DE UM CÓDIGO DE ÉTICA

1 INTRODUÇÃO

Os códigos são antigos como a civilização e já existiam em diversas culturas e religiões desde a antiguidade. As antigas civilizações já buscavam um ordenamento social para o convívio coletivo. Quase dois séculos antes de Cristo, já existia na Babilônia uma compilação de ordenamentos e leis chamado Código de Hamurabi.

A partir do desenvolvimento da civilização e com o advento da escrita, os códigos que regem a sociedade consolidaram-se, pois eram necessários limites e penalidades que organizassem a convivência humana. Foi a partir desse contexto que surgem códigos que regem a vida em sociedade, delimitando hierarquia, a atuação profissional, a convivência em grupo e o comportamento ético em particular.

Muitas organizações têm utilizado seus departamentos de marketing para reforçar uma conduta ética em seus colaboradores e parceiros e propagam seus conceitos através de códigos de ética como um de seus fundamentos.

Neste propósito de esclarecer condutas, comportamentos e disseminar um comportamento ético, surgiram, nas organizações, os Códigos de Conduta, também chamados de Códigos de Ética.

Antes dos surgimentos de códigos de conduta ou códigos de ética atuais, as empresas utilizavam missões e valores que, muitas vezes, se transformavam em normas. Estas normas quase sempre faziam referência a obrigações dos empregados com a empresa, ou ainda com clientes e fornecedores, assemelhando-se a um manual de regras estabelecidas para uso interno das empresas.

Os diversos escândalos que surgiram nos noticiários nos últimos anos, abalaram a crença na capacidade de empresas de realmente estabelecerem uma conceito sólidos de missão e valores enquanto praticam subornos, contaminação ambiental, desrespeito às leis e até mesmo uso de mão de obra escrava.

Construídos como documentos legais e de diversas obrigações, os códigos, quando aplicados a certas classes profissionais ou associações específicas, estabelecem limites para a conduta e desempenho de seus membros.

Em um ambiente corporativo, entretanto, focado na racionalização e obtenção de lucro, não é incomum surgirem conflitos entre os que as pessoas consideram seus valores morais e as obrigações que têm de cumprir para com seus empregadores. Da mesma forma, uma empresa responsável precisa limitar, por meio de hierarquias, regras e procedimentos, a atuação dos diversos agentes envolvidos na sua operação.

O código de ética é um instrumento no qual a empresa pode uniformizar o conceito do que é uma gestão ética, ao mesmo tempo em que estabelece orientação para as tomadas de decisão, agregando valor a empresa como instrumento de gestão.

Desta forma, políticas, práticas, crença e orientações foram reunidos em um documento de compreensão e acesso a todos os funcionários, que podem recorrer a ele para esclarecer, refletir ou orientar uma tomada de decisão.

Os primeiros códigos surgiram com um objetivo de “cumprir a legislação”, caracterizando-se como *compliance based*, e procuravam salvaguardar a empresa, ao evidenciarem que haveria punições para os funcionários que não agissem corretamente.

Estes códigos, de primeira geração, eram elaborados de forma a proteger as empresas do mau comportamento de seus funcionários.

A partir da globalização, surgiram os códigos chamados de segunda geração; onde estabeleceram maior atenção ao bem-estar dos empregados, buscando referenciar ambientes de trabalho mais seguros e trabalhadores com mais proteção, além de incluir outros agentes diretamente ligados ao negócio nos códigos de ética: os chamados *stakeholders*.

Os códigos que ampliaram as dimensões éticas ao vincular o êxito comercial respeitando os valores éticos, as pessoas, a comunidade e o meio ambiente são os chamados de terceira geração, por estarem mais aderentes aos anseios de uma sociedade mais moderna e justa.

2 ABRANGENCIA

O Código de Ética deve abranger todos os relacionamentos entre as partes interessadas: conselho, diretores, funcionários, parceiros, clientes, etc.

Destacam-se a seguir as organizações que propõem as melhores práticas de gestão com base em princípios de governança e ética.

A OECD (Organização Econômica para Cooperação e Desenvolvimento) destaca a contribuição de empresas que utilizam padrão ético em seus negócios como modelos de gestão adequadas.

O IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa) que estabelecem critérios como transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa, intrínsecos a um padrão ético de fazer negócios. Esses critérios se completam para a obtenção das melhores práticas, sendo que:

Transparência (*Disclosure*) - significa prestar contas não somente do que é exigido por lei, mas a todas as partes interessadas no negócio, satisfazendo as diferentes necessidades de informações para proprietários, conselho, auditores, empregados, fornecedores, entre outros, de maneira objetiva e transparente.

Equidade (*Fairness*) - o envolvimento entre os diversos agentes como conselheiros, diretores, administradores, investidores majoritários ou minoritários devem ser realizados de forma justa, sem privilégios de informações ou abuso de poder. Caracteriza-se por um tratamento justo e sem discriminação a todos os *stakeholders*.

Prestação de contas à sociedade (*Accountability*) - ao conduzir os negócios, os agentes envolvidos devem prestar conta de seus atos, por meio de relatórios pertinentes para este fim. Os agentes devem, portanto, também assumir sua responsabilidade e consequências de seus atos.

Na década de 1990, os escândalos financeiros amplamente divulgados na mídia, que destruíram grandes empresas até então consideradas modelos de gestão, trouxeram à tona um grande desafio para as corporações: gerar lucros aos acionistas e, ao mesmo tempo, se comprometer com uma postura ética. Surgida como uma resposta legal aos escândalos das empresas norte-americanas, em 2002 entrou em vigor a Lei *Sarbane Oxley ou Sox*.

A *Sox* transformou o comportamento das empresas, ao instituir uma legislação que cobre praticamente todos os aspectos da gestão financeira e dos relatórios contábeis das empresas. A *Sox* define o código de ética ou código de conduta como normas que são necessárias para promover a postura ética e honesta, incluindo a gestão de conflitos de interesses entre pessoas e relações profissionais.

Os códigos de ética e conduta evoluíram por necessidade legal, de documentos normativos e punitivos, para ferramentas de gestão ética de empresas comprometidas com seus *stakeholders*.

As expansões de negócios para outros países trouxeram desafios importantes para a postura ética global, que se defrontou com questões como atuar em países onde uma legislação mais branda pode inserir conflito com a cartilha ética de seus países de origem.

O desenvolvimento de novas tecnologias trouxe também novos desafios para os códigos, como o uso redes sociais, políticas de monitoramento de e-mail, novos meios de comunicação virtual, aplicativos de compartilhamento, entre outros que modificaram o ambiente de trabalho. Essas mudanças impactam na forma como os códigos devem abordar assuntos que há pouco mais de duas décadas praticamente não existiam.

No Brasil, a partir de 2013, com a criação da Lei 12.846 (Lei Anticorrupção de 1º de agosto de 2013), as empresas passaram a ter mais responsabilidades tanto de conformidade quanto de postura ética. Frente à implantação da legislação, se um administrador ou empregado de uma empresa cometer falhas ou dolo, esta ação terá impacto direto na própria empresa, portanto, elas passam a ser responsáveis e respondem legalmente por atos ilícitos, mesmo que a violação tenha ocorrido sem intenção ou ainda sem conhecimento da administração da empresa.

A mesma lei também atribui que seja levado em consideração se a empresa possui programa de controle interno e de conformidade para atenuar eventuais penas. Desta forma, a própria legislação imputou às empresas a necessidade de reforçar suas estruturas internas de *compliance* e mitigação de risco, incluindo, portanto, a ética, transparência, responsabilidade corporativa e prestação de contas.

A legislação e a pressão da sociedade impactaram de forma mais ampla empresas em que a gestão da ética está mais avançada: “fazer a coisa certa” abrange também outros *stakeholders*, tanto dentro como fora da empresa, tais como acionistas, fornecedores, bancos, agentes governamentais, comunidade.

O objetivo da lei 12.846, ao coibir a corrupção empresarial, atende as exigências estabelecidas pela OCDE, que promove padrões éticos em áreas como os direitos humanos, meio ambiente, relações de trabalho, proteção ao consumidor, práticas anticorrupção entre outras de ordem governamental, da qual o Brasil é signatário.

Dois relevantes órgãos no Brasil promovem a utilização dos códigos de ética e conduta pelas empresas, pelos órgãos do terceiro setor ou qualquer organização disposta a elaborar um código de ética e conduta. São eles:

- a) IBGC (2009), em seu Caderno de Boas Práticas de Governança Corporativa, no capítulo de Conduta e Conflito de Interesses;
- b) Instituto Ethos, em seu Caderno de Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis - Guia Temático de Integridade, Prevenção e Combate à Corrupção (ETHOS, 2015), no capítulo sobre Governança e Gestão.

O IBGC (2014), em seu caderno de Boas Práticas de Governança Corporativa Para Empresas de Capital Fechado (2014, p. 64), define o código de conduta assim:

É um conjunto de normas internas, suplementares as leis, regulamentos, contratos e estatutos sociais com a finalidade de melhorar o relacionamento interno e externo da organização; governando, alinhando e disciplinando com transparência os padrões de comportamento que devem ser seguidos e disseminados por todos.

O Instituto ETHOS, em seu Caderno de Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas (2000, p. 7), define o código de ética:

O código de ética ou de compromisso social é um instrumento de realização da visão e missão da empresa, que orienta suas ações e explicita sua postura social a todos que mantém relações.

Nos dois organismos, a proposta de um código de ética ou código de conduta envolve uma abrangência de temas relevantes para uma boa governança, sem, contudo, extenuar o tema. A síntese obtida em ambos os órgãos é apresentada no Quadro 1.

Quadro 1.
Conteúdo temático para elaboração de um código de ética e conduta.

Tema 1. Stakeholders	Abrangência
Acionistas	Tratamento entre sócios Transações com as partes relacionadas Informações privilegiadas
Empregados	Recrutamento e Seleção Avaliação e Promoção Processo de demissão

	Diversidade Segurança do Trabalho Privacidade
Clientes	Propaganda e Marketing Qualidade Práticas Comerciais Tratamento das informações pessoais
Fornecedores	Avaliação Transparência Auditoria
Governo	Cumprimento da lei Regras contra suborno Combate à corrupção Pagamento de tributos
Assuntos Políticos	Doações Contribuições em campanhas
Liderança Ética	Missão e Valores Práticas coercitivas a corrupção, propina e lavagem de dinheiro Canais de denúncia Auditoria Tomada de decisão ética
Meio ambiente e Sociedade	Responsabilidade Social Impacto Ambiental Práticas de Sustentabilidade Filantropia Legado Social
Políticas Gerais	Privacidade Assédio sexual e moral Discriminação Retaliação Uso de mídias sociais Uso de álcool ou drogas Propriedade Intelectual Conflito de Interesses

Fonte: autora, adaptado de Ethos: Indicadores Ethos para Negócios Responsáveis (2015) e IBGC: Caderno de Boas Práticas de Governança para Empresas de Capital Fechado (2014)

O IBGC estabelece que o código de conduta deve explicitar claramente a transparência, disciplinar relações internas e externas, administrar conflitos de interesse e proteger o patrimônio físico e intelectual da empresa. O documento, além de claro e de fácil compreensão a todos os públicos envolvidos, deve também regulamentar o uso de um canal de denúncia.

O código de ética deve descrever o comprometimento ético da organização junto aos *stakeholders* externos, enquanto que o código de conduta é usado para alinhar o discurso ético apenas para os colaboradores, de maneira a orientá-los sobre comportamentos esperados dentro da organização.

Desta forma, os códigos de ética estariam voltados a uma integridade coletiva e externa, enquanto que os de conduta teriam um enfoque individual e voltado ao comportamento dentro da empresa, como, por exemplo, o bom atendimento ao

cliente, a cortesia, tolerância à diversidade, ou seja, cumprem padrões comportamentais estabelecidos para o negócio.

Importante ressaltar que a implementação de um código de ética e conduta depende da alta gestão em participar ativamente na elaboração, disseminação e manutenção do código, por meio de um comitê de ética.

Um código de ética está vinculado aos valores e missão da empresa, enquanto que o código de conduta estabelece regras e comportamentos que devem ser adotadas para todos os *stakeholders*. Ambos são extremamente próximos, uma vez que a adoção de comportamentos previamente estabelecidos ou esperados reforça a missão e valores, o que nos códigos é uma das abordagens que as empresas utilizam para demonstrarem seu compromisso com o comportamento ético.

Dentro dos códigos de ética e conduta, é possível inferir uma abrangência a temas dos temas como Governança Corporativa, Sustentabilidade, Filantropia, Direitos Humanos, Cidadania, Meio Ambiente, Igualdade de Gênero, entre outros.

O *Ethics and Compliance Initiative* define o código de ética como um guia para as decisões do dia a dia de trabalho. Ele deve esclarecer a missão da empresa, seus valores e princípios, ajudando funcionários, gestores e demais *stakeholders* a compreenderem estes fundamentos, e como eles são importantes para a tomada de decisão.

A coerência do discurso ético das empresas não pode se basear apenas na divulgação dos códigos de ética e conduta, sendo necessário alinhar instrumentos de gestão que o tragam para uma realidade prática. Um código de ética atende basicamente a três objetivos principais:

- a) Demonstrar a preocupação da empresa com o tema da ética;
- b) Transmitir valores éticos da organização para seus membros;
- c) Impactar o comportamento ético de seus membros.

3 ÉTICA E SUSTENTABILIDADE

A ética é a parte da filosofia que estuda a conduta humana, os atos humanos, sejam eles bons ou maus. A ética nos negócios pressupõe a conduta ética dos integrantes de uma organização. Como vários temas com os quais as empresas devem estabelecer processos e métodos de gestão, a ética também necessita ser gerida pela

empresas. A ética individual pode conflitar com a ética das empresas, fazendo com que seja fundamental que a maneira de fazer negócios de cada empresa seja explícita e bem entendida por cada membro da organização. A ética profissional diz respeito a pessoas que exercem uma atividade reconhecida como profissão. A sociedade espera e reconhece que um bom profissional deve sempre trabalhar com ética, bons conhecimentos técnico e científico. Um exemplo bastante factual é a profissão dos médicos. Sem um alto conhecimento técnico e uma postura ética, a vida das pessoas poderia estar em risco nas mãos de um mau profissional.

Da mesma forma, as empresas para atingirem seus objetivos, produzirem produtos, prestarem serviços precisam que seus profissionais tenham competência para fazer da melhor forma seu trabalho, com conhecimento técnico e científico.

No passado, o conceito de ética para um pequeno comerciante do século XVII era imaginar que os produtos que eles produziam, ainda que de forma artesanal, fossem feitos minimamente com atributos de qualidade, para que as pessoas pudessem adquiri-los. Um padeiro ou açougueiro colocaria à venda produtos para que as pessoas pudessem consumir e que não causassem mal-estar ou doenças. Basicamente, eles se utilizavam de uma ética ainda que rudimentar.

A palavra ética vem do grego *ethos* e significa costume ou modo de ser ou a característica de um grupo social ou pessoa. As empresas, constituídas como entidades meramente jurídicas não podem ser atribuídas de valoração ética, pois esta é inerente apenas à condição humana.

Ética é o que diferencia o que é bom do que é ruim, ou é que é certo do que é errado e, portanto, a ética pode variar de uma pessoa para outra.

Ser ética ou agir com ética é uma condição da pessoa que trabalha ou toma decisões pela empresa, sendo que o código de ética pode ser um importante instrumento para apoiar a tomada de decisão e gerar valor à empresa. Nem tudo que está escrito em um código pode cobrir todas as situações que ocorrem no dia a dia das empresas, mas ter um instrumento de consulta é fundamental para normatizar o compromisso com o desempenho ético e especificar o que se espera dos diversos agentes envolvidos.

Para que haja consistência, deve haver coerência entre o que está disposto no código de ética e o que se pratica no dia a dia da organização, portanto, uma gestão ética se faz necessária para dar sustentabilidade à cultura ética.

Um código de ética e conduta por si só não garante que uma empresa é ética ou se utiliza os princípios elencados em seus códigos na condução de seus negócios.

Para empresas serem consideradas excepcionais, devem evidenciar bom desempenho para com todos os *stakeholders*, não somente no âmbito financeiro e econômico, mas também no impacto positivo na sociedade e no entorno de onde está inserida.

Os esforços das empresas em monitorar e incentivar o comportamento ético para garantir a integridade organizacional se dá por meio de políticas e treinamento voltados para o comportamento ético.

Organizações, como OCDE e a Organização das Nações Unidas (ONU), promovem a adequação de condutas éticas para empresas multinacionais, independente da legislação local, incentivando, desta forma, que as empresas assumam publicamente uma condução ética de seus negócios além fronteira.

Um código de ética e conduta é, portanto, um documento público ou de acesso a *stakeholders* interessados nos princípios e valores que comandam a empresa. As teorias da globalização sugerem que a evolução dos códigos de ética e conduta incluirá grande consideração às questões globais, devido à forte pressão da sociedade e de organismos como a OECD e ONU, que apoiam a responsabilidade corporativa social (RSC).

O grande acesso da informação da era atual deu poder à sociedade para julgar questões como devastação do meio ambiente, escassez de recursos naturais, uso de mão de obra semelhante à escrava por grandes corporações, entre outras que, ao se tornarem públicas foram amplamente divulgadas.

Uma vez que a empresa depende da sociedade para sua existência, ela tem, ao mesmo tempo, responsabilidades de atender às demandas da sociedade, tais como as questões ambientais, redução de lixo, ou ainda cuidados com a comunidade local. Portanto, para as empresas, abordar as questões de Responsabilidade Social Corporativa torna-se vital em um mundo onde a sociedade está atenta ao que as empresas estão fazendo o tempo todo. Desde o surgimento da era industrial, tem-se discutido o papel das corporações e a responsabilidade delas junto à sociedade, principalmente em relação a seus impactos ambientais. As empresas têm alto poder de influência no meio em que estão inseridas, pois seus valores e sua cultura, transmitida pelos seus colaboradores, contribuem também para a formação de valores pela coletividade.

As empresas, por meio de seus sistemas econômicos e culturais, interagem com seus produtos e serviços, ampliando sua contribuição ao sistema econômico, político, sociocultural e ambiental.

Além de capital, tecnologia e trabalho, faz-se necessário incluir também a sociedade na qual a empresa está inserida, atribuindo o devido valor a cada elemento que a constitui.

Na OECD, as diretrizes para a RSC promovem princípios éticos para as áreas de direitos humanos, desenvolvimento sustentável, divulgação de informações da empresa relativas a questões sócios ambientais, e de risco, não discriminação, proteção da infância contra o trabalho infantil, respeito aos direitos trabalhistas, proteção do meio ambiente, respeito aos interesses do consumidor, cooperação nas ciências e tecnologia, boas práticas de concorrência, combate ao suborno e respeito à legislação local e tributária.

O Pacto Global da ONU entrou em vigor em julho de 2000 e representa um importante marco da cooperação global para promover a ética corporativa. As empresas signatárias do pacto global da ONU se comprometem a cumprir, voluntariamente e com rigor ético, dez princípios fundamentais com relação ao meio ambiente, trabalho, anticorrupção e bem-estar dos empregados. O Quadro 2 apresenta uma compilação das diretrizes dos dois organismos.

Quadro 2.
Diretrizes do Pacto Global da ONU e OECD para uma conduta ética das empresas.

Temas	ONU	OECD
Direitos Humanos	Apoiar e respeitar Não ser cúmplice de abuso	Respeito aos Direitos Humanos
Trabalho	Direito de associação Eliminação do trabalho escravo Abolição do Trabalho infantil Combate à discriminação	Negociações construtivas Repúdio ao trabalho escravo Combate ao trabalho infantil Combate à discriminação
Sustentabilidade	Prevenção	Proteção e Incentivo ao Desenvolvimento Sustentável
Meio ambiente	Responsabilidade ambiental	Desempenho sobre saúde e segurança Sistema de Gestão Ambiental

Temas	ONU	OECD
Anticorrupção	Combate a todas as formas de extorsão, suborno e corrupção	Combate ao suborno e a corrupção ativa e passiva
Divulgação	Item não abordado pela ONU	Divulgar relatórios de desempenho, estrutura de propriedade, socioambientais e de risco
Clientes	Item não abordado pela ONU	Respeito a privacidade Assegurar segurança e qualidade dos produtos
Tecnologia	Tecnologias que respeitem o meio ambiente	Contribuir com o desenvolvimento dos países onde atuam
Concorrência	Item não abordado pela ONU	Incentiva o <i>fair play</i>
Tributação	Item não abordado pela ONU	Respeitar e cooperar com as autoridades locais

Fonte: elaborado pela autora, com base nas diretrizes da OECD para multinacionais (2001).

Os temas abordados pelos códigos de ética e conduta possuem interface com vários outros processos de gestão da empresa. Desta forma, devem ser interpretados como sistêmicos e de relevância para o todo.

Dessa forma, na elaboração de um código de conduta, as empresas estão disseminando e monitorando padrões, leis e padrões de conduta que atendem a uma boa estrutura de governança.

No Brasil, O IBGC, órgão criado em 1995, deu enfoque a quatro princípios da boa Governança Corporativa: transparência, prestação de contas, equidade e responsabilidade corporativa.

Entretanto, a Governança Corporativa não pode ser analisada apenas sob o aspecto sistêmico e mitigação de risco, pois um importante componente está presente no dia a dia das empresas: a tomada de decisão por alguém que, no papel de dono, administrador ou empregado, toma decisões pela empresa. Ao se falar em Governança Corporativa, é necessário incluirmos a abordagem da gestão ética, tão ou mais importante que os sistemas criados para garantir, na empresa, uma boa gestão.

Apesar de existirem diversas formas de construir e aplicar sistemas de conformidade nas empresas, pouco valerá se forem um conjunto de regras apenas para os escalões operacionais ou alta gestão.

O comprometimento da alta gestão em implantar uma cultura de confiança e integridade é que realmente contribui para a mitigação de riscos dentro das empresas. Outro fator crucial é a cultura ética da empresa, pois todos os *stakeholders* precisam estar engajados na responsabilidade de cumprir as regras da empresa, particularmente a alta administração.

Os líderes devem atender aos desafios da governança moderna, caracterizada pelos valores éticos de responsabilidade, prestação de contas, equidade e transparência. Líderes responsáveis conduzem as estratégias da empresa com objetivo de atingir o desempenho econômico, social e ambiental sustentável de maneira equilibrada, sem incorrer a danos ou prejuízos a nenhuma das partes.

Uma ferramenta importante que tem contribuído substancialmente para cultura “de fazer o que é certo” é justamente um código de ética ou código de conduta.

O uso da internet, e-mails, aplicativos em celulares, aparelhos de conexão de voz, imagem e dados revolucionou a maneira de trabalhar. Novas ferramentas de trabalho e a globalização alteraram também as relações humanas e trouxeram novos desafios para as empresas e aos seus empregados.

Se em um primeiro momento tais avanços trouxeram uma sugestão de maior produtividade, por outro lado surgiram novas questões de privacidade de informação, formas de comunicação e uso de dados dentro das empresas.

A empresa, ao disponibilizar meios de comunicação aos empregados, como e-mails, intranet, Skype entre outros; tem que zelar para que as mesmas não sejam utilizadas de forma antiética, como comunicadores de calúnia e difamação, racismo, discriminação, assédio moral ou sexual, entre outras.

Além de questões de uso e privacidade, existe também o tênue limite entre uso privativo ou para o trabalho e a propriedade intelectual da empresa pelo uso do empregado.

Trata-se de um desafio estabelecer limites, entre o que é de uso da empresa e o que é de uso particular de um colaborador, trazendo ainda mais foco na necessidade de estabelecer padrões de comportamento ético também no uso destas novas tecnologias. Dessa forma, os códigos de ética e conduta tornam-se um relevante instrumento de orientação, prevenção e disseminação, que se bem elaborados e difundidos tornam-se fundamental na gestão das empresas.

Quadro 3.
Tópicos sugeridos nos Códigos de Ética e Conduta.

Nº	Tópico Principal dos Códigos	Abordagem
1	Missão e valores.	Confiança e credibilidade.
2	Respeito ao Indivíduo.	Oportunidades iguais sem distinção de raça, cor, religião etc.
3	Cultura de comunicação aberta e honesta.	Investigação do comportamento antiético.
4	Responsabilidade dos Gerentes/ Administradores/Empregados.	Zelo pela ética.
5	Cumprimento da lei.	Integridade e conformidade com a legislação.
6	Competição.	Ética nas relações comerciais e sem pagamentos impróprios.
7	Confidencialidade/Privacidade das Informações.	Respeito a informações dos clientes/concorrentes/fornecedores.
8	Divulgação seletiva nas informações da companhia.	Aprovação previa da área de comunicação corporativa, divulgação autorizada.
9	Conflito de interesse.	Como empregado/consultor em outra empresa.
		Contratando ou supervisionando familiares.
		Conselheiro em outras empresas privadas.
		Possuindo ou tendo interesses em empresas concorrentes, fornecedora ou contratada.
		Apropriar-se de oportunidades comerciais da companhia.
	Fazer negócios da companhia com empresas de familiares.	
10	Ofertar presentes, gratificações e cortesias de negócios.	Proibidos: dinheiro, joias ou equivalente, ingressos caros para eventos como copa, <i>superbowl</i> , Wimbledon, NBA etc.
11	Receber presentes, gratificações e cortesias de negócios.	Aceitos: peças ou objetos com logo da empresa, cesta de frutas ou alimentos, flores, ingresso para evento esportivo, presentes em datas significativas como nascimento ou casamento. Limitação de valor estipulada.
12	Participação em eventos.	Ambiente apropriado, para promover relacionamento e costumeiro em escala de despesas.
13	Divulgação e publicação dos registros da sociedade.	Registros precisos, sem falsificação, completos e compreensíveis.
14	Transparência.	Divulgação de informações aos <i>stakeholders</i> interessados.
15	Substancia sobre a forma.	Uso da ética para atingir metas, não fazer negócio a qualquer preço.
16	Prestação de contas.	A todos os <i>stakeholders</i>
17	Uso de recursos da empresa.	Uso de equipamentos e <i>software</i> com responsabilidade.
18	Comunicação com a mídia.	Políticas de Comunicação empresarial
19	Propinas, corrupção e lavagem de dinheiro.	Proibição de transações ilícitas como lavagem de dinheiro e corrupção.
20	Suborno e corrupção de órgãos governamentais.	Ilegalidade da prática de qualquer tipo de suborno incluindo alfândega, tributaria ou administração pública; criação de lobby.
21	Produtos e serviços de qualidade.	Excelência e impacto positivo
22	Propriedade Intelectual.	Inovações, criações, direitos autorais, patentes.
23	Proteção as informações pessoais dos empregados.	Protegida e de acordo com a lei de proteção de dados nos casos que se aplica.
24	Respeito ao meio ambiente.	Proteção aos recursos naturais e gerenciar o uso de energia.

Nº	Tópico Principal dos Códigos	Abordagem
25	Consideração aos Direitos Humanos.	Respeito ao indivíduo, a diversidade e as informações pessoais.
26	Suporte a comunidade, contribuições beneficentes.	Envolvimento filantrópico adequado.
27	Voluntariado, doações ou envolvimento pessoal.	Política de doações e voluntariado em nome da empresa.
28	Envolvimento responsável no processo político.	Campanhas políticas e lobbys.
29	Reputação de fornecedores, clientes e terceiros.	Confidencialidade de dados de terceiros
30	Canais de denúncia.	<i>Hotline</i> , ouvidoria, linha de apoio à integridade.
31	Não retaliação.	Sem punição, a denúncia de boa fé
32	Segurança no local de trabalho.	Emergências, incêndios, legislação e procedimentos aplicáveis.
33	Drogas e álcool.	Proibido uso de drogas e álcool
34	Informações privilegiadas.	Proibido uso de informação privilegiada ou confidencial sujeita a ação judicial.
35	Assédio.	Local de trabalho livre de assédio sexual ou moral.
36	Equidade.	Tratamento justo e isonômico
37	Tomada de decisão ética.	Fazendo a coisa certa, honestidade.
38	Pedidos de doações.	Não solicitar doações por meio dos canais da empresa ou a empregados.
39	Conformidade comercial.	Conformidade com governos que estabelecem controles comerciais de bens e tecnologia ou com restrição a países e pessoas sujeitas a sanções pelo envolvimento com terrorismo ou narcotráfico.
40	Uso pessoal de redes sociais.	Opiniões pessoais não confundem com as da empresa, uso do nome da empresa em redes sociais.
41	Administração do código.	Funcionários, dirigentes, diretores, prestadores de serviços, consultores, etc.

REFERÊNCIAS

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA - IBGC. **Caderno de Boas Práticas de Governança Corporativa para Empresas de Capital Fechado**. São Paulo: IBGC Ed. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA - IBGC. **Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa**. São Paulo: IBGC Ed, 2009.

INSTITUTO ETHOS - **Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas - Reflexões e Sugestões**. São Paulo: Ethos, 2000.

INSTITUTO ETHOS - **Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis - Guia temático integridade, prevenção e combate à corrupção**. São Paulo: Ethos, 2015.

BRASIL, **LEI 12.846**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12846.htm>. Acesso em: 27 de maio de 2016.

OECD (2001), **Codes of Corporate Conduct: Expanded Review of their Contents**, OECD Working Papers on International Investment, 2001/06. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1787/206157234626>. Acesso em: 20 de maio de 2016.