

CÓDIGOS DE ÉTICA DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA

Roseli Aparecida Cifarelli
Grant Thornton Consulting Service

Celso Machado Júnior
Faculdades Metropolitanas Unidas, São Paulo
Doutor em Administração
Mestre em Educação, Administração e Comunicação
Pesquisador em Governança Corporativa da FMU

Yuri Tobias Furlaneto Machado
Universidade Paulista

RESUMO

No Brasil, o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa propõe que além do respeito às leis do país, que toda organização possua um Código de Conduta que comprometa os administradores e empregados com suas responsabilidades. Neste contexto, o objetivo é analisar se as empresas de tecnologia possuem uma base comum de conteúdo nos códigos de ética e conduta que consolide uma diretriz para o segmento. Apoiar-se na análise de documentos de quatro empresas do setor de tecnologia atuantes no Brasil. Evidenciou-se que as empresas de tecnologia buscam elementos concomitantes com a ética e a governança corporativa, ao abordar a transparência, a equidade, a correta prestação de contas, no ambiente corporativo. Os resultados indicam que as empresas de tecnologia apresentam um conjunto de diretrizes comuns em seus códigos de ética e conduta, no entanto com particularidades intrínsecas de cada empresa, estabelecendo um conjunto mínimo de diretrizes para o segmento.

Palavras Chave: Governança Corporativa; Gestão Ética; *Compliance Based*; *Value Based*.

*Autor para correspondência / Author for correspondence / Autor para la correspondência.
Celso Machado Júnior- editor.sustentabilidade@gmail.com

Data do recebimento do artigo (received): 06/Ago./2021

Data do aceite de publicação (accepted): 08/Out./2021

Desk Review
Double BlindReview

CODE OF ETHICS OF TECHNOLOGY COMPANIES

ABSTRACT

In Brazil, the Brazilian Institute of Corporate Governance proposes that, in addition to the laws of the country, every organization has a Code of Conduct that commits administrators and employees to their responsibilities. In this context, the objective is to analyze that technology companies have a common basis of content in codes of ethics and conduct that consolidates a guideline for the segment. Analysis of documents of four companies in the technology sector in Brazil. Technology companies seek elements that are concomitant with ethics and corporate governance, when addressing transparency, fairness and correct accountability in the corporate environment. The results indicate that technology companies present a set of common guidelines in their codes of ethics and conduct, however with intrinsic peculiarities of each company, establishing a minimum set of guidelines for the segment.

Key Words: Corporate Governance; Ethical Management; Compliance Based; Value Based.

1. INTRODUÇÃO

O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa IBGC, propõem no Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa (2015), fundamentos que estabelecem os critérios de transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa, para uma gestão adequada das empresas. Gestão esta que possui aspectos intrínsecos a um padrão ético de fazer negócios.

No contexto da Governança Corporativa GC, um dos primeiros relatórios a abordar a questão da ética foi o *King Report 1* (1994) da África do Sul, que propõe um alto padrão de GC, não apenas articulado por suas melhores práticas, mas também por meio de empresas bem geridas e confiáveis, focadas em três elementos chave: liderança, sustentabilidade e alto padrão ético de governança.

Estudos iniciais realizados por McCabe, Trevino e Butterfield (1993) relacionaram o comportamento ético como importante premissa contra fraudes e má conduta. Para os autores, o comportamento ético pode ser legitimado quando intrínsecos na cultura organizacional da empresa, sendo responsabilidade da gestão orientar e capacitar os funcionários.

No ambiente corporativo focado na racionalização e obtenção de lucro, não é incomum surgirem conflitos entre valores morais, e as obrigações relacionadas ao desempenho pretendido pela organização. Para mitigar este conflito, os códigos de ética têm se posicionado segundo duas vertentes: os denominados *compliance based*, que se caracterizaram por meramente atender o que está na legislação, com viés punitivo e de proteção à empresa, e os *value based*, baseados em valores. Assim, com o propósito de esclarecer condutas, comportamentos e disseminar um comportamento ético, surgiu, nas organizações, os Códigos de Conduta também chamados de Códigos de Ética.

A relevância do código de ética pode ser observada na afirmação de Miller (2004), para quem os códigos *compliance based* (códigos baseados em regras de conformidade) se assemelham a um documento jurídico. Em contraposição, os *value based* (códigos baseados em valores) que expandem sua abrangência ao incorporar valores éticos da organização em sua rotina, com responsabilidades que vão além das estipuladas em leis. Arruda e Navran (2000) estabelecem que, em um

ambiente de negócios, a abordagem comportamental do pensar e agir eticamente pode ser estabelecida de duas formas distintas. A primeira forma é a dos costumes, hábitos, regras e atitudes, que vão se desenrolando e acontecendo no dia a dia. Outra forma é a normatização do padrão ético, ou seja, é a prescrição do comportamento esperado dentro do ambiente de negócios. Os códigos têm, portanto, um relevante papel de normatizar e esclarecer o que a organização entende por comportamentos e ações do ponto de vista ético.

A busca de entendimento, do perfil ético proposto pelas empresas, estabelece para esta pesquisa, o objetivo de analisar se as empresas de tecnologia possuem uma base comum de conteúdo nos códigos de ética e conduta que consolide uma diretriz para o segmento. Além deste capítulo introdutório, o estudo apresenta o referencial teórico, a metodologia empregada, a apresentação e análise dos dados, a discussão e se encerra com as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O código de ética é um importante componente para a sociedade e para as organizações. Duska (2015) em perspectiva histórica, analisa a evolução da ética do profissional de serviços financeiros, destaca a importância de Solomon Huebner. Segundo o autor a proposição de Huebner apoiou-se em modelo de atuação de várias categorias profissionais como: médicos, advogados, professores. Em análise a estas categorias o autor indicou quatro categorias de atuação profissional. A primeira destaca a vocação para atuar profissionalmente de forma comprometida e entusiasmada. A segunda aborda a necessidade de ter o conhecimento adequado para exercer uma atividade. A terceira indica que o conhecimento do profissional deve ser empregado em vantagem para o cliente. E por último que a atuação do profissional deve respeitar seus colegas de profissão. Apesar da simplicidade dos modelos, é possível identificar aspectos importantes no desenvolvimento de qualquer atividade profissional. Desta forma, em ações que ocorreram a mais de 100 anos, é possível identificar o surgimento de códigos de ética destinados a disciplinar a atuação do profissional.

Humberg (2014) explica que, nos primeiros escândalos de corrupção, as empresas passaram a ser monitoradas em suas condutas, por meio de órgãos como *Foreign Corruption Practices Act* (FCPA), que estabelecia multas vultosas para as empresas envolvidas com corrupção. Segundo o autor, este contexto acelerou o desenvolvimento de normas internas nas empresas, que passaram a ser chamados de códigos de ética ou códigos de conduta.

Na década de 1990, os escândalos financeiros que impactou empresas até então consideradas modelos de gestão, estabeleceu para as organizações o desafio de gerar lucros aos acionistas e, ao mesmo tempo, se comprometer com uma postura ética. A pedra angular deste processo é a Lei *Sarbane Oxley ou Sox* de 2002, surge como uma resposta legal aos escândalos das empresas norte-americanas. Destaca-se que a *Sox* exige que a empresa de capital aberto adote um código de ética e conduta para os principais executivos e colaboradores, propondo mecanismos para encaminhamento de questões relacionadas aos conflitos de interesse, divulgação de informações e cumprimento das leis e regulamentos.

Frente a maior atenção dos órgãos reguladores e da própria sociedade os códigos de ética e conduta evoluíram, de documentos normativos e punitivos, para ferramentas de gestão ética de empresas comprometidas com seus *stakeholders*.

Para Guillyer (2015), o desenvolvimento de novas tecnologias trouxe também novos desafios para os códigos de ética. O autor aponta, o uso redes sociais, políticas de monitoramento de *e-mail*, aplicativos de compartilhamento, entre outros que modificaram o ambiente de trabalho. Essas mudanças demandaram dos códigos a abordagem de temas que anteriormente não eram objeto de atenção das empresas.

No Brasil, com a criação da Lei 12.846 (2013), as empresas passaram a ter maiores responsabilidades de conformidade e postura ética. Neste cenário, caso um administrador ou empregado de uma empresa cometer falhas ou dolo, esta ação terá impacto direto na própria empresa. As empresas passam a ser responsáveis, e respondem legalmente por atos ilícitos, mesmo que a violação tenha ocorrido sem intenção, ou ainda sem conhecimento da administração. A lei atribui a necessidade de análise da existência de programa de controle interno, e de conformidade para atenuar eventuais penas, por parte das empresas. A legislação imputa às empresas

a necessidade de reforçar suas estruturas internas de *compliance* (atendimento as leis) e mitigação de risco, incluindo, portanto, a ética, transparência, responsabilidade corporativa e prestação de contas.

O IBGC (2014, p. 64) define como código de conduta “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”. Já para o Ethos (2000, p. 7) 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 mantêm relações”.

O código de ética, segundo Lurie e Mark (2016), descreve 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. 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.

O Ethics and Compliance Initiative - ECI, entretanto, 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.

Segundo Arruda (2002) as empresas, conceitualmente, são entidades jurídicas, portanto, não se pode atribuir-lhes valoração ética, pois esta é inerente apenas à condição humana. Nesta abordagem, agir com ética ou ser ético 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. Contrapondo a posição deste autor, Paine (2003) considera que empresas, para serem julgadas como 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. Nesta perspectiva do autor, as empresas estão sujeitas a análise de seu desempenho ético pela sociedade, logo apesar da ética ser um valor humano, as empresas devem se responsabilizar pela postura das pessoas que em seu nome atuam. Reforçando o entendimento da inserção da empresa no contexto ético Whitaker (2007) afirma que é imperioso que haja consistência e 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.

Para Silveira (2010), os códigos de ética e conduta são um documento essencial para a gestão ética, tendo em vista que a atuação de empresas em um ambiente complexo demanda alto padrão moral de seus dirigentes e empregados.

Entidades, como Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD 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 instituições assumam publicamente uma condução ética de seus negócios. Esta abordagem se insere no contexto que segundo Freitas (2006), uma empresa é, antes de tudo, uma sociedade de pessoas. 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.

Segundo Guillyer (2015), antes do surgimento das grandes corporações, os gerentes que administravam o negócio (administrador) e o dono do negócio (investidor) eram, geralmente, a mesma pessoa. Com o crescimento das empresas, o papel de gestor da empresa passou a ser exercido não necessariamente pelo proprietário.

Conforme explica Silveira e Saito (2008), os pesquisadores Berle e Means em 1932, com sua obra *The Modern Corporation and Private Property*, foram os primeiros a discutir os riscos de pulverizar a propriedade, aumentando assim o poder dos gestores de criar oportunidade de agirem em proveito próprio, e não dos acionistas. Jensen e Meckling (1976), seguindo a mesma perspectiva, conceituaram o chamado relacionamento de agência ou relacionamento do agente principal. Consolidando o entendimento de que o crescimento das empresas e abertura de

capital, o processo de gestão não poderia mais basear-se nas decisões de seus administradores apenas, pois a pulverização do poder trouxe outros públicos interessados nestas decisões: clientes, fornecedores, acionistas - os chamados *stakeholders*. Desta estrutura de controle e tomada de decisão nas empresas, nasceu o conceito de Governança Corporativa.

Silveira (2010) explica que o conflito de interesse pode surgir quando interesses pessoais dos indivíduos (agentes) que tomam decisão na empresa divergem sobre os interesses da própria empresa. Os interesses podem acontecer em relação a ganhos financeiros, influência política, de prestígio, mesmo que propriamente não ocorra uma ação antiética. Trata-se, portanto, de uma situação de conflito quando alguém não é independente para tomar uma decisão ou fazer um julgamento de alguma deliberação da empresa.

A OECD argumenta que a Governança Corporativa pode também contribuir para o desenvolvimento das nações, ao sugerir que fundamentos aplicados na iniciativa privada podem influenciar e expandir para a área pública os mesmos preceitos, exigindo da administração pública o rigor com as contas e transparência adequadas. A OECD, entretanto, não determina um único modelo de Governança Corporativa, mas estabelece princípios básicos de boas práticas que se tornaram referência mundial.

Silveira (2010) destaca que os principais códigos de boas práticas de Governança Corporativa do mundo incluem a presença de um código de ética e conduta, de forma que os valores éticos da organização devem ser continuamente transmitidos entre a empresa e seus *stakeholders* internos e externos.

Em sua terceira versão, o *King Report III* (2009) conclui que a boa governança é essencialmente uma liderança eficaz. Os líderes devem atender aos desafios da governança moderna, caracterizada pelos valores éticos de responsabilidade, prestação de contas, equidade e transparência. 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.

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. O capítulo seguinte apresenta a metodologia adotada nesta pesquisa.

3. METODOLOGIA

A pesquisa baseou-se no estudo de documentos de quatro empresas. Os documentos analisados são de uso interno as empresas e, portanto, não divulgados publicamente. Os nomes das empresas foram mantidos em sigilo, e foram tratadas apenas pelo numeral (exemplo: Empresa 1). As empresas são descritas no capítulo seguinte, destinado a apresentação dos dados. A Tabela 1 apresenta a relação do nome dos documentos das quatro empresas analisadas nesta pesquisa. Destaca-se que apesar de parte dos documentos estarem no idioma inglês os mesmos são utilizados pelas empresas na filial brasileira.

Tabela 1. Relação de empresas pesquisadas e o nome do código no documento original

Empresa	Nome do Código	Origem	Idioma
(1)	Código de Conduta	EUA	Português
(2)	<i>Code of Ethics</i>	EUA	Inglês
(3)	Código de Conduta e Ética	EUA	Português
(4)	<i>Code of Business Conduct & Ethics</i>	EUA	Inglês

Fonte: Elaborado pelos autores, a partir de dados da pesquisa.

A análise de conteúdo identificou os elementos pertinentes aos objetivos propostos, e incorporou as seguintes categorias de análise: os principais *stakeholders*, assuntos políticos como doações a campanhas e partidos, liderança ética e práticas coercitivas a corrupção, meio ambiente e sociedade, políticas gerais incluindo privacidade, assédio, discriminação, retaliação e uso de mídias sociais, etc.

Cada item dos códigos analisados foi classificado em uma categoria, e temas identificados como contemporâneos também foram avaliados para melhor entendimento do repertório utilizado na criação dos códigos de conduta das empresas de tecnologia.

Esta pesquisa apresenta 5 categorias, a saber: *Stakeholders*, Assuntos de Ordem Política, Liderança Ética, Meio Ambiente e Sociedade e Políticas Gerais.

A pesquisa dos códigos de conduta utilizou, como fonte de dados, os documentos das empresas pesquisadas, constituindo-se, desta forma, como de fonte primária. Realizou-se a divisão dos temas em estudo em categorias conforme proposto por Bardin (2009) na abordagem da análise de conteúdo.

Pela categorização, realizada por meio da classificação progressiva de temas, busca-se não excluir da classificação elementos inovadores que possam estar inseridos no conteúdo de um código de conduta, sendo esta informação relevante para os critérios de pertinência da amostra. O capítulo seguinte apresenta dados observados na análise de conteúdo com a devida categorização.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Este capítulo se inicia com a apresentação das empresas pesquisadas. A Empresa 1, fundada em 2009, atua no transporte privado urbano e utilizou tecnologia disruptiva, ao criar um aplicativo conhecido como *E-hailing*, que vem transformando a realidade do trabalho ao unificar formas inéditas de prestação de serviços. Disponibiliza um serviço semelhante ao serviço de táxi e está presente em mais de 500 cidades ao redor do mundo.

A Empresa 2 fundada em 2002 desenvolveu uma rede de relacionamento profissional. A empresa oferece serviços de busca e captação de empregos em organizações, para profissionais e também a condição inversa, ou seja, as instituições podem buscar profissionais para a serem contratados para o atendimento de suas carências.

A Empresa 3, fundada em 1998 na Califórnia atua no mercado de transações de pagamento comerciais entre empresas e pessoas. A principal característica de sua atividade, é possibilitar a realização de transações comerciais sem o uso de cartões de crédito ou dinheiro.

A Empresa 4, fundada em 2006 permite que pessoas, em especial personalidades, possam ser “seguidas” pela internet em tempo real. A empresa monitora os tópicos mais discutidos no aplicativo e informa quais são os chamados *trends*, ou assuntos, categorizados pelo número de discussões local ou global.

A Tabela 2 apresenta os tópicos identificados na pesquisa realizada em cada
Revista Metropolitana de Governança Corporativa, São Paulo, Vol. 6, N. 2, p.85 - 106, Jul./Dez. 2021.

um dos códigos de conduta das empresas investigadas, e diferencia por meio do tarjado cinza os de tema de interesse para análise desta pesquisa.

Tabela 2. Tópicos identificados nos Códigos de Ética e Conduta

Nº	Tópico Principal dos Códigos	Abordagem	Empresa			
			1	2	3	4
1	Missão e valores.	Confiança e credibilidade.	x	x	x	x
2	Respeito ao Indivíduo.	Oportunidades iguais sem distinção de raça, cor, religião etc.	x	x	x	
3	Cultura de comunicação aberta e honesta.	Investigação do comportamento antiético.	x	x		x
4	Responsabilidade dos Gerentes/ Administradores/Empregados.	Zelo pela ética.	x		x	
5	Cumprimento da lei.	Integridade e conformidade com a legislação.	x		x	x
6	Competição.	Ética nas relações comerciais e sem pagamentos impróprios.	x			
7	Confidencialidade/Privacidade das Informações.	Respeito a informações dos clientes/concorrentes/fornecedores.	x	x	x	
8	Divulgação seletiva nas informações da companhia.	Aprovação previa da área de comunicação corporativa, divulgação autorizada.	x	x	x	x
9	Conflito de interesse.	Como empregado/consultor em outra empresa.	x	x	x	x
		Contratando ou supervisionando familiares.	x	x	x	x
		Conselheiro em outras empresas privadas.	x	x	x	
		Possuindo ou tendo interesses em empresas concorrentes, fornecedora ou contratada.	x	x	x	x
		Apropriar-se de oportunidades comerciais da companhia.		x		x
		Fazer negócios da companhia com empresas de familiares.	x			x
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.	x	x	x	
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.	x	x	x	
12	Participação em eventos.	Ambiente apropriado, para promover relacionamento e costumeiro em escala de despesas.				x
13	Divulgação e publicação dos registros da sociedade.	Registros precisos, sem falsificação, completos e compreensíveis.	x		x	
14	Transparência.	Divulgação de informações aos <i>stakeholders</i> interessados.	x	x		
15	Substancia sobre a forma.	Uso da ética para atingir metas, não fazer negócio a qualquer preço.	x			
16	Prestação de contas.	A todos os <i>stakeholders</i>	x			x

Revista Metropolitana de Governança Corporativa, São Paulo, Vol. 6, N. 2, p.85 - 106, Jul./Dez. 2021.

17	Uso de recursos da empresa.	Uso de equipamentos e <i>software</i> com responsabilidade.	x	x		x
18	Comunicação com a mídia.	Políticas de Comunicação empresarial	x	x		
19	Propinas, corrupção e lavagem de dinheiro.	Proibição de transações ilícitas como lavagem de dinheiro e corrupção.		x	x	
20	Suborno e corrupção de órgãos governamentais.	Ilegalidade da prática de qualquer tipo de suborno incluindo alfândega, tributaria ou administração pública; criação de lobby.				x
21	Produtos e serviços de qualidade.	Excelência e impacto positivo		x		
22	Propriedade Intelectual.	Inovações, criações, direitos autorais, patentes.		x	x	x
23	Proteção as informações pessoais dos empregados.	Protegida e de acordo com a lei de proteção de dados nos casos que se aplica.		x	x	
24	Respeito ao meio ambiente.	Proteção aos recursos naturais e gerenciar o uso de energia.		x	x	
25	Consideração aos Direitos Humanos.	Respeito ao indivíduo, a diversidade e as informações pessoais.		x		
26	Suporte a comunidade, contribuições beneficentes.	Envolvimento filantrópico adequado.		x	x	
27	Voluntariado, doações ou envolvimento pessoal.	Política de doações e voluntariado em nome da empresa.		x	x	
28	Envolvimento responsável no processo político.	Campanhas políticas e lobbys.		x		
29	Reputação de fornecedores, clientes e terceiros.	Confidencialidade de dados de terceiros.		x		
30	Canais de denúncia.	<i>Hotline</i> , ouvidoria, linha de apoio.			x	x
31	Não retaliação.	Sem punição, a denúncia de boa fé.			x	
32	Segurança no local de trabalho.	Emergências, incêndios, legislação e procedimentos aplicáveis.			x	
33	Drogas e álcool.	Proibido uso de drogas e álcool			x	
34	Informações privilegiadas.	Proibido uso de informação privilegiada ou confidencial sujeita a ação judicial.			x	
35	Assédio.	Local de trabalho livre de assédio sexual ou moral.			x	
36	Equidade.	Tratamento justo e isonômico				
37	Tomada de decisão ética.	Fazendo a coisa certa, honestidade.	x	x	x	x
38	Pedidos de doações.	Não solicitar doações por meio dos canais da empresa ou a empregados.			x	
39	Conformidade comercial.	Conformidade com governos que estabelecem controles comerciais de bens e tecnologia e restrição a países e pessoas com envolvimento em terrorismo ou narcotráfico.			x	
40	Uso pessoal de redes sociais.	Opiniões pessoais não e confundem com as da empresa, uso do nome da empresa em redes sociais.			x	
41	Administração do código.	Funcionários, dirigentes, diretores, prestadores de serviços, consultores, etc.		x	x	

Fonte: Elaborado pelos autores, a partir de dados da pesquisa.

A aplicação dos critérios deste estudo indicou a necessidade de análise de 10

tópicos, que são apresentados abaixo de acordo com os documentos das empresas.

Revista Metropolitana de Governança Corporativa, São Paulo, Vol. 6, N. 2, p.85 - 106, Jul./Dez. 2021.

A Tabela 3 apresenta a síntese dos dados coletados.

Tabela 3. Abordagem apresentada pelas empresas analisadas

Tópico 1: Missão e Valores Categoria: Liderança Ética	
E	Conteúdo
1	O sucesso de nosso negócio depende da <u>confiança e credibilidade</u> que ganhamos de nossos empregados, parceiros, clientes e acionista
2	Pilares de seus valores: os usuários em primeiro lugar. Os relacionamentos importam. Exigimos excelência. Somos sinceros, honestos e construtivos. Assumimos riscos inteligentes e <u>responsabilidades sobre nossas ações</u> . Pilares da cultura: Transformação. Resultado. <u>Integridade</u> . Colaboração. Humor
3	Nosso sucesso não é representado apenas por nossas redes e nossos funcionários, mas também é o resultado da <u>confiança</u> que conquistamos dos clientes. Operar segundo os mais elevados padrões de <u>ética</u> e agir sempre de <u>maneira correta</u> com nossos clientes
Tópico 2: Respeito ao Indivíduo - Categoria: Políticas Gerais.	
E	Conteúdo
1	Comprometemo-nos em oferecer as mesmas <u>oportunidades</u> de emprego, para todos os indivíduos qualificados, independente de raça, cor, religião, sexo, nacionalidade, idade, deficiência, serviço militar, estado civil, expressão de gênero ou identidade, orientação sexual, ou outra classe protegida por lei. Proibimos o assédio e <u>discriminação</u> sexual, racial, religiosa.
3	Contratamos, promovemos e remuneramos os funcionários com base na sua capacidade de executar suas responsabilidades, independentemente de sua idade, raça, cor, nacionalidade, deficiência física ou mental, sexo, religião, orientação sexual, estado civil ou <i>status</i> de veterano de guerra, condição de gestação, informação genética ou qualquer outra característica protegida por lei. Não toleramos <u>discriminação</u> .
Tópico 3: Cultura de Comunicação Aberta e Honesta - Categoria: Políticas Gerais.	
E	Conteúdo
1	<u>Gerentes</u> tem a responsabilidade de criar um ambiente aberto e que acolha os funcionários. Nossa empresa irá investigar qualquer comportamento ou relato de ações antiéticas. Não toleramos <u>retaliações</u> contra empregados que tragam de boa-fé genuínas preocupações éticas.
2	É impossível administrar uma organização inovadora sem <i>feedback</i> claro e honesto e sem diálogo construtivo. Todos os possíveis problemas serão analisados e <u>investigados</u> . Promovemos a transparência e a comunicação clara, mas também valorizamos a privacidade pessoal e a confidencialidade dos autores das denúncias.
4	Se você está em uma situação incerta sobre a violação de alguma lei, ou práticas da empresa você pode <u>discutir com seu gerente</u> . Em caso de conhecimento de potencial violação ou falha em reportar o evento, você estará sujeito a ações disciplinares da empresa incluindo possível término do contrato de trabalho.
Tópico 5: Cumprimento da Lei - Categoria: Stakeholder (governos)	
E	Conteúdo
1	O compromisso com a integridade começa com a total <u>adesão as leis</u> . Mais do que isso, cada um de nós deve compreender as políticas da companhia, <u>as leis, regras e legislações aplicadas</u> para nossa atividade.
3	Somos responsáveis por nossas ações e honramos nossos compromissos. Nossa meta compartilhada de agir com honestidade e ética em tudo o que fazemos. Garantimos que cada uma de nossas ações esteja em total <u>conformidade</u> com a legislação.
4	Nossa empresa é <u>responsável por aderir</u> de forma séria a todas as leis e regulamentações e a cada de um de nós é esperado aderir as leis aplicáveis e proibições. Como não é possível para todos conhecer todas as leis e suas aplicações, devemos conhecer as principais leis que regem nosso negócio. Em caso de dúvida, você deve procurar pela área legal.
Tópico 7: Confidencialidade e Privacidade das Informações Categoria: Stakeholders (clientes, fornecedores, empregados, governo)	
E	Conteúdo
1	Inerente ao sucesso de nosso negócio, é a proteção a <u>confidencialidade de dados</u> , sejam elas

-
- informações da empresa, ou de nossos empregados, clientes e parceiros. Confidencialidade das Informações inclui preço e dados financeiros, nome de clientes, endereços ou informações privadas sobre outras empresas, incluindo fornecedores.
- 2 Nós respeitamos as escolhas feitas por nossos usuários quanto a suas informações e só usamos estas informações para as finalidades especificadas. Só compartilhamos informações dos usuários em caso de necessidade legal.
 - 3 As propriedades intelectuais e os segredos comerciais representam investimento estratégico significativo. Por proteção nunca divulgamos informações confidenciais ou segredos comerciais a ninguém.

Tópico 8: Divulgação Seletiva das Informações da Companhia (Informações privilegiadas, estratégicas ou restritas da companhia) - Categoria: Políticas Gerais

E Conteúdo

- 1 Nós não iremos divulgar (seja em reuniões, apresentações, propostas, comitês etc.) material ou dados restritos da companhia, sejam eles de segurança, operações, planos, condições financeiras, resultados, ou desenvolvimento de novos negócios. Nós devemos ser particularmente vigilância quando fizermos propostas para terceiros.
- 2 Informação importante é indicada pelo que o investidor comum acharia a informação útil ao comprar ou vender ações. Informações não divulgadas indicam que a informação é confidencial e que não foi divulgada fora da empresa: projeções financeiras, grandes mudanças organizacionais, fusões, aquisições ou alienações, ações judiciais ou investigações e informações de novos produtos ou serviços.
- 3 Informação, considerada privilegiada, não pode ser usada para obter vantagem financeira pessoal ou de outros. Qualquer informação que não tenha sido divulgada para o público e que um investidor possa utilizar para comprar, vender ou manter ações de uma empresa é considerada privilegiada.
- 4 Temos uma grande atenção da imprensa e geralmente isto é algo bom. Contudo, as informações confidenciais que vazam para a imprensa, ou para os concorrentes, podem prejudicar os lançamentos de nossos produtos e danificar a nossa vantagem competitiva ou nos prejudicar de outras formas.

Tópico 9: Conflito de Interesse - Categoria: Políticas Gerais

E Conteúdo

- 1 Evitar qualquer relacionamento ou atividade que possa impactar ou comprometer a objetividade de nossas decisões no exercício de nosso trabalho. Aqui algumas formas de conflitos de interesse:
 - a) sendo empregado (ou família) atuar como consultor para concorrentes ou potencial competidor de nosso mercado,
 - b) admitindo ou supervisionando familiares ou pessoas próximas,
 - c) servindo como membro e conselho para outras empresas ou organizações,
 - d) possuindo ou tendo interesse substancial em empresas concorrentes,
 - e) possuindo interesse pessoal, financeiro ou potencial ganho em nossas transações comerciais,
 - f) conduzindo negócios de nossa empresa com empresas próprias ou de familiares.
- 2 Lembre-se que nosso objetivo não é eliminar todos os conflitos ou possíveis conflitos, mas sim gerenciá-los com cuidado. O diálogo é a melhor solução
- 3 Sempre aja com o melhor interesse de nossa empresa e de nossa comunidade, e não permita que seus interesses pessoais entrem em conflito com os interesses da empresa.
- 4 Quando estiver com um potencial conflito de interesse, pergunte a você mesmo: Poderia esta situação criar um incentivo para mim, meus amigos ou familiares nas despesas da companhia? Poderia esta situação prejudicar minha reputação de honestidade e integridade, danificar minha habilidade de realizar meu trabalho ou potencialmente prejudicar a empresa?

Tópico 22: Propriedade Intelectual - Categoria: Políticas Gerais

E Conteúdo

- 2 Assumir responsabilidade sobre nossas ações envolve conhecer o valor desta informação, respeitando a confidencialidade e a propriedade intelectual de terceiros e tomando as medidas necessárias para proteger. Todos precisamos: saber o que é confidencial e o que pode ser compartilhado, ter contratos de confidencialidade (NDA - *Non Disclosure Agreement*) caso seja necessário, proteger nossa propriedade intelectual e respeitar o direito de propriedade intelectual de terceiros.

- 3 Protegemos a confidencialidade de segredos comerciais. Respeitamos marcas comerciais, direitos autorais e patentes de terceiros e não infringimos direitos de propriedade intelectual. Temos o cuidado de sempre obter permissão para reproduzir livros, artigos, *software* ou outro tipo de material protegido por direitos autorais
- 4 Nossa empresa disponibiliza a você ferramentas e equipamentos para que você possa realizar muito bem suas atividades. Você deve tratar estes equipamentos com cuidado, proteger a propriedade intelectual e o uso de equipamentos e ferramentas da empresa.

Tópico 24: Respeito ao meio ambiente - Categoria: Meio ambiente e Sociedade.

E Conteúdo

- 2 O desejo de ter impacto positivo e duradouro no mundo faz parte da nossa cultura de transformação. Para garantir este impacto, nos conectamos a profissionais de todo o mundo, mas também contribuimos com as comunidades em que vivemos e trabalhamos.
- 3 Nós nos vemos como defensores do meio ambiente. Temos a responsabilidade e o compromisso de minimizar nossos impactos diretos e indiretos nos recursos naturais. Cumprimos a legislação ambiental, o respeito ao meio ambiente nos leva a minimizar riscos ambientais, conservar e proteger recursos naturais e gerenciar o uso de energia

Tópico 37: Tomada de Decisão Ética (Fazendo a coisa certa) - Categoria: Liderança Ética.

E Códigos

- 1 Pergunte a si mesmo: Estou agindo corretamente, e de acordo com os princípios de nossa empresa, de nosso código de conduta e de nossas políticas estabelecidas? Fui orientado a alterar informações ou desviar processos de seu curso normal? Tenho sido legal a minha família, minha empresa e a mim mesmo?
- 2 Milhões de pessoas no mundo acessam diariamente o *site* de nossa empresa, para criar suas identidades e redes, bem como agregar conhecimento. Embora nossa plataforma atraia usuários e clientes, somos muito mais do que isso. Além do foco nos negócios nos importamos muito com a forma de conduzi-los.
- 3 Um comportamento ético significa fazer o que é certo em todas as situações. Nosso código deve conduzir os funcionários pelo caminho correto na tomada de decisões. Como todos nós viemos de diferentes origens e culturas, o código oferece uma diretriz consistente para o nosso comportamento como funcionário.
- 4 Nos inspiramos a ser uma empresa guiada por fortes valores éticos. É impossível falar sobre todos os possíveis cenários éticos que você pode enfrentar, entretanto, apoiamos-nos mutuamente em trazer altos valores éticos e integridade para nossa empresa.

Fonte: Elaborado pelos autores, a partir de dados da pesquisa.

Nota: (E) significa empresa.

Frente aos dados obtidos, realizou-se uma identificação das dimensões éticas preconizadas nos códigos de conduta das empresas de tecnologia, ao se posicionarem como *compliance based* ou *value based*. Para desenvolver esta análise, utilizou-se a Tabela 4, que apresenta a adesão nos códigos das empresas frente a cada um dos tópicos analisados.

Tabela 4. Códigos das Empresas: *Compliance Based* (cb), *Value Based* (vb)

Nº Tópico Principal dos Códigos	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
1 Missão e Valores.	vb	vb	vb	vb

Revista Metropolitana de Governança Corporativa, São Paulo, Vol. 6, N. 2, p.85 - 106, Jul./Dez. 2021.

2	Respeito ao indivíduo. Cultura de comunicação aberta e	vb	cb	vb	
3	honestas.	cb	cb		cb
5	Cumprimento da lei.	cb		vb	cb
7	Confidencialidade/Privacidade	cb	vb	vb	
8	Divulgação seletiva de informações	cb	vb	vb	cb
9	Conflito de interesse.	cb	vb	vb	cb
22	Propriedade intelectual		vb	vb	cb
24	Respeito ao meio ambiente.		vb	vb	
37	Tomada de decisão ética.	vb	vb	vb	cb

Fonte: Elaborado pelos autores, a partir de dados da pesquisa.

Os dados mostram que, apesar da evolução da inserção ética nos códigos, com ênfase em valores (*value based*), existem diversos tópicos nos quais ainda prevalece um viés de proteção à empresa, mitigação de riscos e proibição de violação de leis. Os códigos atuam como instrumentos destinados a diminuir a exposição da empresa em eventuais comportamentos que venham a danificar a sua reputação, inclusive judicialmente.

Observa-se que a empresa que possui mais características de documento pautado em normas ou leis é a empresa número 4.

As empresas número 1 e número 2 apresentam poucos dados nos quais as dimensões éticas são preconizadas como conformidade, portanto, os tópicos são suportados pelos valores éticos da corporação, estimulando comportamento pautado na integridade, o que assegura uma dimensão *value based*. A Tabela 5 apresenta as inserções de contexto da Responsabilidade Social Corporativa - RSC, nos códigos das empresas analisadas:

Tabela 5. Análise de tópicos de Responsabilidade Social Corporativa - RSC

Tópico RSC	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4
Impacto Ambiental	SIM	SIM	SIM	
Sustentabilidade		SIM	SIM	
Filantropia			SIM	
Legado Social			SIM	
Direitos Humanos	SIM	SIM	SIM	SIM
Trabalho			SIM	

Fonte: Elaborado pelos autores, a partir de dados da pesquisa.
Nota: a palavra SIM = postura voltada a RSC.

Com relação à RSC, a pesquisa indica que as empresas focam seus esforços, especialmente, nas questões de Direitos Humanos, ao se posicionarem contra o abuso sexual ou moral, combate à discriminação e um engajamento nos respeitos a

Revista Metropolitana de Governança Corporativa, São Paulo, Vol. 6, N. 2, p.85 - 106, Jul./Dez. 2021.

liberdades individuais e à diversidade. Destaca-se também que este é o único tema comum a todas as empresas.

A empresa 3 inclui, em seus códigos outros tópicos de RSC que abarcam tanto as diretrizes da ONU como da OECD, como saúde e segurança do local de trabalho, relatórios ambientais aos *stakeholders* e contribuição ao desenvolvimento dos países em que atuam. Apenas a Empresa 3 também abordou tópicos que tratam de filantropia, legado social e sustentabilidade, o que caracteriza a sua maior atenção aos temas relevantes de RSC em seu documento de conduta, característica que posicionam seu código como de terceira geração, enquanto as outras três empresas sequer citam estes elementos. Os dados apresentados neste capítulo são confrontados com a teoria, estabelecendo-se, assim, a discussão que contextualiza os dados empíricos obtidos frente ao referencial teórico.

5. DISCUSSÃO

As empresas iniciam seus códigos de conduta apresentando a sua missão e seus valores. Nesse quesito, identifica-se a preocupação das mesmas para o estabelecimento de um ambiente organizacional que envolva confiança, credibilidade, integridade e ética, não somente no ambiente de trabalho, mas expandindo este contexto para todos os envolvidos com a empresa, os *stakeholders*. Adicionalmente, os códigos se apresentam alinhados à Lei *Sarbanne Oxley* e ao *Ethics and Compliance Initiative* - ECI que define o código de conduta como um conjunto de normas que evidenciam a necessidade de as empresas promoverem uma postura ética e honesta, que contemple a gestão dos conflitos de interesse das pessoas, bem como das relações profissionais.

O respeito ao indivíduo e a garantia de um ambiente de trabalho livre de preconceitos e retaliações abordam uma preocupação fundamental nos dias atuais, a intolerância. Respeitar a diversidade é um fundamento básico para aprimorar as relações humanas e sociais em uma sociedade contemporânea. A presença deste tópico dentro dos códigos das empresas é um avanço para a ética global, ao preconizar relações humanas mais harmônicas que se alinham a importantes

Revista Metropolitana de Governança Corporativa, São Paulo, Vol. 6, N. 2, p.85 - 106, Jul./Dez. 2021.

questões defendidas concomitantemente pela ONU, OECD e ETHOS, ao apoiar e respeitar as características individuais, não tolerar abusos e ao combater a discriminação e o preconceito dentro dos ambientes de trabalho.

As questões de *compliance*, caracterizadas com ações das empresas voltadas ao atendimento do arcabouço legal, pautado por leis, regulamentos, normas e diretrizes da empresa para mitigar riscos e prevenir corrupção e fraudes se mostra presente nos códigos analisados. Os códigos abordam a forma como os investidores se asseguram que os seus interesses estão sendo geridos, bem como a busca pela proteção a reputação das empresas, e conseqüentemente seu valor. Os códigos de ética analisados se posicionam na condição de *compliance based*, assemelhando-se a um documento jurídico, e de *value based* com a incorporação de valores éticos expandindo-se para além do que se demandam as leis, conforme indicado por Miller (2004). Vale destacar, conforme apontado por Stohl, Stohl e Popova (2009) algumas empresas do setor de tecnologia, já possuem códigos com maior atenção ao bem-estar dos funcionários, no entanto, também se identifica que mesmo empresas recentes de tecnologia e com atuação globalizada, ainda atuam com os códigos de primeira geração, limitados a simplesmente atenderem o contexto legal.

A confidencialidade e a divulgação seletiva das informações de diversos *stakeholders* são ferramentas difundidas nos principais códigos de governança e se constituem como importante estratégia das empresas de tecnologia. A abordagem corrobora com Guillyer (2015), que aponta o desenvolvimento de novas tecnologias como um dos maiores desafios para a gestão da ética. Ainda neste contexto, Freitas, Whitaker e Sacchi (2006) já indicavam que as novas tecnologias trouxeram campos ainda não totalmente definidos entre a informação pública e a restrita. Assim, também não é possível garantir que existam fronteiras bem delimitadas entre um e outro. O estabelecimento da garantia que seus usuários estão protegidos, de que seus sistemas não são vulneráveis, e que os dados da empresa, empregados, usuários, fornecedores e investidores são utilizados de forma estritamente prevista em lei, e de forma devidamente autorizada, constitui-se uma das maiores inovações apresentadas nos estudos dos códigos.

Os conflitos de interesse, em suas diversas formas, são fatores bem explorados em todos os códigos de conduta analisados, evidenciando uma

maturidade no tema, como proposto pela IBGC, pela Sox e pelo ETHOS; que destacam a importância de um código de conduta, para evitar os conflitos de interesses entre os principais agentes. Ao garantir as determinações dos proprietários, de acordo com Silveira (2010), busca-se evitar o conflito de interesses entre os diversos agentes.

A inovação em produtos e serviços baseada no desenvolvimento constante, fazem parte da estratégia das empresas de tecnologia, e muitas vezes podem conflitar com interesses pessoais. Embora as pessoas sejam estimuladas a serem criativas e empreendedoras, trata-se de uma situação na qual a empresa corre o risco de perder elementos fundamentais para o êxito de suas atividades, ou mesmo perder criações importantes para um negócio que se perpetua pela constante inovação.

Ao abordar a proteção de propriedade intelectual, os códigos referem-se aos bens da empresa e aos bens de terceiros e que, portanto, inserem a importância de salvaguarda de patentes e *softwares* devidamente registrados e oficiais, denotando uma preocupação com a integridade, e adesão às leis que regem estas propriedades.

A inclusão de proteção ambiental nas empresas de tecnologia alinha um discurso de engajamento e apoio a causas que hoje envolvem uma grande preocupação de impacto global entre países, empresas e a população em geral. O propósito de se comprometer a diminuir ou mitigar os impactos de suas operações, como o uso correto de recursos frente às demandas ambientais, é um importante avanço para as necessidades do planeta, que demanda pela utilização de energias mais limpas. A única instituição que incluiu este tema foi a Empresa 3, que abarcou relevantes temas sobre RSC na construção de seu código.

Ao se constatar as dimensões éticas preconizadas pelos códigos em *value based* ou *compliance based*, observa-se que as questões de ordem ambiental e social são de baixa aderência nos códigos pesquisados. As questões de RSC, de maneira geral, focaram questões de direitos humanos em primeiro lugar voltado para o ambiente de trabalho, e o meio ambiente na sequência, conforme os dados apresentados nos códigos, que mostram um contexto no qual estas abordagens ainda não evoluíram para uma nova demanda de ética global.

A baixa tendência de adesão à RSC, por parte das companhias, se associa a limitações em provar que suas iniciativas são reais e, por consequência, evidenciar aos *stakeholders* a sua consciência ambiental e social. Conforme exemplificado por Guillyer (2015), a RSC trouxe, para as empresas, o desafio de abarcar questões ambientais e sociais, ao mesmo tempo que almejam o lucro do negócio. Com exceção da Empresa 4, a baixa adesão da RSC nos códigos pesquisados corrobora com os dados de Calderón e Redin (2012), que constataram pouco interesse das empresas mais admiradas do mundo em incluir temas globais, como meio ambiente, sociedade e responsabilidade social em seus códigos de conduta.

A tomada de decisão ética foi inserida em todos os códigos, ainda que de formas diferenciadas, como um valor intrínseco ao negócio. A ética nos códigos foi abordada pela definição da *Sox* ao promover a postura ética e honesta, e pelo *King Report I* (1994), que propõe um alto padrão ético para fazer negócios, assim como pelos estudos de Soltani e Maupetit (2015), que atestam que os objetivos de um código incluem a finalidade de transmitir valores éticos da organização aos seus membros.

A apresentação da discussão dos dados encontrados na pesquisa, frente ao referencial teórico desenvolvido para este estudo, possibilita, no próximo capítulo, divulgar as considerações finais, que se destina a responder ao objetivo proposto.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema central da pesquisa, a análise os códigos de conduta, evidenciou que as empresas de tecnologia buscam elementos concomitantes com a Governança Corporativa, ao abordar a transparência, a equidade, correta prestação de contas e a ética no ambiente corporativo. Os resultados indicam que as empresas de tecnologia apresentam um conjunto de diretrizes comuns em seus códigos de ética e conduta, no entanto com particularidades intrínsecas de cada empresa, estabelecendo um conjunto mínimo de diretrizes para o segmento.

Dentre as diretrizes destacam-se alguns tópicos. A ética evidenciada em seus códigos, promove ações para que os *stakeholders* desempenhem suas atividades de

forma adequada, façam a “coisa certa”. Os códigos apontam que concomitante ao atendimento e respeito à legislação, há a necessidade de estabelecer canais eficientes de comunicação, promover um ambiente livre de assédio, assegurar o respeito ao ser humano e contribui constantemente para que a ética ultrapasse as fronteiras da empresa, promovendo a cultura ética edificando a cidadania em seu entorno.

A categoria mais abordada, nos códigos de ética, foi a de Políticas Gerais e Conflitos de Interesses, promovendo avanços a questões como confidencialidade e privacidade de informações de dados pessoais, e uma cultura aberta para o diálogo mais do que ações de coerção ou punição. Outro tema adequadamente inserido nos códigos foi o respeito ao ser humano e o repúdio a qualquer forma de discriminação, destacando a necessidade de proteger as pessoas de discriminação, além de atestar alguns comportamentos como intoleráveis dentro das empresas.

A investigação destinada a identificar a natureza das dimensões éticas preconizadas nas empresas identificou que a empresa número 3 aderiu fortemente ao conceito de *value based*, enquanto que a empresa de número 4 apresentou um código de conduta focado em normas e leis, portanto de embasamento *compliance based*. As empresas de número 1 e 2 aderiram aos modelos de dimensões éticas *value based* com algumas poucas exceções de tópicos baseados em normas.

Temas com maior aderência à Responsabilidade Social Corporativa RSC foram os vinculados ao meio ambiente, direitos humanos e ao combate intolerância. Conclui-se que a chamada terceira geração de códigos de éticas, baseada em RSC ainda não é uma unanimidade nas empresas analisadas.

As empresas analisadas são de origem americana, e seus códigos em grande parte apresentam-se aderente as condições preconizadas pelo seu país de origem. Desta forma, identifica-se que as empresas de tecnologia no Brasil tendem a seguir a abordagem americana. Desta forma, se potencializa a edificação no Brasil o estabelecimento de uma cultura de que os códigos de ética singulares a americana.

A relevância dos assuntos abordados em um código de conduta possui relação com vários processos de gestão da empresa e desta forma devem ser interpretados como sistêmicos. Neste sentido, se estabelece como objeto de interesse para futuras pesquisas a identificação de como as empresas realizam a

difusão de seus códigos de ética e conduta.

REFERÊNCIAS

Arruda, M. C. C. (2002). *Código de Ética, um instrumento que adiciona valor*. São Paulo: Negócio.

Arruda, M. C. C., & Navran, F. (2000). Indicadores de Clima Ético nas Empresas. *Revista de Administração de Empresas*, 40(3), 26-35.

Bardin, L. (2009). *Análise de conteúdo*, Lisboa: Edições 70.

Lei 12.846. (2013). Dispõe sobre a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira, e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12846.htm. Acesso em: 27 maio 2017.

Calderon, R., Ignacio, F., & Rending, D. M. (2012). Ethical codes and corporate responsibility of the most admired companies of the world: toward a third-generation ethics? *Business and Politics*, 14(4), 1-24.

Duska, R. (2015). One Hundred Years Ago: Solomon Huebner and Ethics in the Financial Services Profession. *Journal of Financial Service Professionals*, 69(3), 25-28.

Ethics & Compliance Initiative Glossary - *ECI Initiative Glossary*. (2016). Recuperado de: <http://www.ethics.org/eci/research/free-toolkit/toolkit-glossary>. Acesso em: 4 maio 2017.

Lei Sarbanne Oxley Act. Public Law (2002). Recuperado de: <https://www.sec.gov/about/laws/soa2002>. Acesso em: 8 maio 2017.

Freitas, L. M. S., Whitaker, M. C., & Sacchi, M. G. (2006). *Ética e Internet: uma contribuição para as empresas*. Curitiba: DVS.

Guillyer, A. W. (2015). *Ética nos Negócios*. 4ª ed. Porto Alegre: AMGH.

Helin, S., & Sandstrom J. (2007). An inquiry into the study of corporate Codes of Ethics. *Journal of Business Ethics*, 75(3), 253-271.

Humberg, M. E. (2014). *Programas e Códigos de Ética e Conduta. Vale a pena implantar? Um plano para quem vai organizar*. São Paulo: CLA.

Institute of Business Ethics-Ibe. *Ethical values and codes*. Recuperado de: <http://www.ibe.org.uk/ethical-values-and-codes/102/52>. Acesso em: 18 maio 2017.

Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (2014). *Caderno de Boas Práticas de*

Governança Corporativa para Empresas de Capital Fechado. São Paulo: IBGC.

Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (2015). *Origens da Governança Corporativa*. Recuperado de: <http://www.ibgc.org.br/inter.php?id=18166>. Acesso em: 14 set. 2016.

Instituto Ethos (2000). *Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas - Reflexões e Sugestões*. São Paulo: Ethos.

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

King Report I. *King Report on Corporate Governance*. Institute of Directors in Southern Africa (1994). Recuperado de: <http://www.iodsa.co.za>. Acesso em: 22 maio 2017.

King Report III *King Codes of Governance Principles for South Africa 2009*. Recuperado de: <http://www.iodsa.co.za>. Acesso em: 22 maio 2017.

Lurie, Y., & Mark, S. (2016). Professional Ethics of Software Engineers: An Ethical Framework. *Science and engineering ethics*, 22(2), 417-434.

Mccabe, D., Trevino, L. K., & Butterfield, K. D. (1993). The Influence of collegiate and Corporate Codes of Conduct on ethics related behavior in workplace. *Business Ethics Quarterly*, 3(1), 27-43.

Miller, W. (2004). Implementing an Organizational Code of Ethics. *International Business Ethics Review*, 7(1), 6-10.

Paine, L. S. (2003), *Value Shift: why companies must merge social and financial imperatives to achieve superior performance*. São Paulo: MacGraw-Hill.

Silveira, A. D., iMiceli. (2010). *Governança corporativa no Brasil e no mundo*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Silveira, A. Dimiceli & Saito, R. (2008). Governança corporativa: Custo de Agencia e Estrutura de Propriedade. *Revista de Administração de Empresa*, 48(2), 79-81.

Soltani, B., & Maupetit, C. (2015). Importance of core values of ethics, integrity and accountability in the European corporate governance codes. *Journal of Management & Governance*, 19(2), 259- 267.

Sthol, C., Sthol, M., & Popova, L. (2009). A new generation of corporate codes of ethics. *Journal of Business Ethics*, 90(4), 607-622.

Witaker, M. C. et al. (2007), *Ética nas empresas: depoimentos e experiências*. São Paulo: DSV.