

**FABIANA MARTINS**

**A IMPORTANCIA COMPETITIVA EM POSSUIR CODIGO DE ETICA.**

**CURITIBA**

**2015**

FABIANA MARTINS

**A IMPORTANCIA COMPETITIVA EM POSSUIR CODIGO DE ETICA.**

Monografia apresentada ao Departamento de  
Contabilidade, do Setor de Ciências Sórias  
Aplicadas da Universidade Federal do Paraná,  
como requisito para obtenção do título de  
especialista em Gestão de Negócios.  
Prof. Orientador: Dr. Luiz Rogério Farias.

**CURITIBA**

**2015**

## RESUMO

O código de ética é uma ferramenta que busca a realização da visão, missão e valores da empresa. O Objetivo deste trabalho foi demonstrar o quão positivo e pertinente frente ao mercado, para a empresa que adota a filosofia de trabalhar sob a rege de um código de ética e conduta. As evidencias foram coletadas na ampla bibliografia disponível sobre o assunto, e sua aplicação foi assimilada na confecção e sugestão do código de ética para a Empresa X, que encontrou na implementação de atitudes éticas uma maneira de estar mais competitiva, e de estimular o envolvimento dos seus colaboradores fortalecendo o vínculo empregatício, cujo qual desdobra-se em produtividade, geração de lucros e motivação. Concluimos que a ética não é um empecilho para se alcançar o sucesso, mas sim uma aliada, sendo cada vez mais essencial à sobrevivência e estabilidade da empresa no mercado.

Palavras-Chave: Ética, Código de ética, Competitividade.

## **ABSTRACT**

The code of ethics is a tool that seeks to realize the vision, mission and values of the company. The objective of this work was to demonstrate how positive and pertinent to the market, for the company that adopts the philosophy of working under the rule of a code of ethics and conduct. The evidence was collected in the wide bibliography available on the subject, and its application was assimilated in the preparation and suggestion of the code of ethics for Company X. Which found in the implementation of ethical attitudes a way to be more competitive, and to stimulate the involvement of the Its employees strengthening the employment bond, which unfolds in productivity, generation of profits and motivation. We conclude that ethics is not an obstacle to success, but rather an ally, being increasingly essential to the survival and stability of the company in the market.

Keywords: Ethics, Code of Ethics, Competitiveness.

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	6
<b>2. REFERENCIAL TEORICO</b> .....	7
2.1 Ética .....	7
2.2 Ética e Moral.....	11
2.3 Ética Empresarial.....	12
2.4 Código de Ética.....	12
2.5 Ética na Gestão Empresarial.....	15
<b>3. MERCADO DE ATUAÇÃO</b> .....	18
3.1 A Empresa.....	19
3.2 Concorrentes.....	22
3.3 Código de Ética Proposto .....	24
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	39
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	40

## 1. INTRODUÇÃO

Atualmente o mundo está vivendo grandes mudanças e percebe-se que a principal delas é o comportamento das pessoas. De modo que nos leva a resgatar o quão necessário são as regras de comportamento para com o semelhante, consistindo em uma filosofia essencial em todos os aspectos, ou seja, o ambiente de convívio.

O Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios (2014) define Código de Ética como “a declaração do conjunto de direitos, deveres e responsabilidades empresariais, refletindo a cultura, os princípios e os valores, a atuação socioambiental e o conjunto das normas de conduta para dirigentes, executivos e colaboradores bem como para as empresas integrantes da cadeia produtiva, mediante os quais atuam as premissas que enriquecem os processos decisórios da empresa e orientam o seu comportamento”.

Um código de ética é um componente integrante da cultura da empresa, mas as organizações devem promover ativamente as suas políticas éticas para alavancar as vantagens. Um código de ética pode ser visto tanto como uma formalidade administrativa com sua utilização prática ou uma norma, dinâmica e abrangente para a tomada de decisões da empresa. Um código de ética abrangente pode fornecer proteção ética se um único colaborador comete um ato criminoso em nome da empresa.

Nas organizações as regras de comportamento dos profissionais são propostas pelo código de ética, em que, simultaneamente, as empresas obtêm facilidade nas decisões, satisfação e motivação dos profissionais e reconhecimento da Comunidade. E, isso tudo se torna possível por se tratar de uma ferramenta padronizada e que exposta de maneira clara e objetiva proporciona o melhor entendimento dos colaboradores, no qual as preocupações éticas das empresas transformam-se em práticas efetivas gerando maior competitividade.

Após grandes corporações serem flagradas em atitudes antiéticas os Estados Unidos da América, criaram a lei Sarbanes-Oxley SOX (2002), estabelecendo que os principais executivos destas entidades cumpram um Código de Ética. Aqui no Brasil não há legislação semelhante, porém é essencial que empresas que operam com a Bolsa de Valores Norte americana devem cumprir tais requisitos ALVES et al., (2007).

Embora na legislação brasileira não existam fatores reguladores com relação ao cumprimento de Códigos de Ética, cada profissão é regida pelo seu próprio código. Tal conjunto de regras regulamenta o exercício de cada profissão e pode sim impor e inibir certas práticas, além de aplicar sanções e penalidades aos indivíduos que se comportem em desacordo com seus estatutos.

A busca por atitudes éticas no ambiente empresarial levou os empresários a perceberem na ética uma maneira de estarem mais competitivos. De modo a estimular o envolvimento dos seus colaboradores e fortalecer seu vínculo empregatício, no qual implicará em produtividade, geração de lucros e principalmente motivação, e com estas necessidades surge a implantação do código de ética.

## **2. REFERENCIAL TEORICO**

### 2.1 Ética

Desde a antiguidade, a ética percorreu um longo caminho, distinguindo-se da moral e se segmentando, adquirindo contemporaneamente um sentido amplo, atualmente existe a ética da humanidade que pauta comportamentos pensando em pressupostos maiores e outra que padroniza ações no interior de um grupo específico.

O estudo da ética acompanha a evolução histórica da própria humanidade, e somente retiveram documentos sobre normas de comportamento, referentes aos últimos milênios. Sendo assim, os registros das teorias éticas, em sua maioria datam a partir dos gregos antigos, aproximadamente dois mil e quinhentos anos e que refletiam a marca dessa sociedade em particular VALLS, (1998).

Porém, a ausência de registros consistentes de preceitos éticos não suplanta o fato de que o homem da pré-história, por exemplo, já tivesse suas próprias normas de conduta. GILLES, (1994) em seu estudo afirma que, há mais de dois mil anos, o Cristianismo tentava incluir valores e princípios éticos para a humanidade. Moisés transmitia os dez mandamentos aos judeus, inspirando posteriormente Jesus. VALLS, (1998)relata que, por muitos anos, diversos tipos de atitudes eram considerados como normais em uma sociedade.

Em todos os agrupamentos humanos são obedecidas normas morais, embora o que pareça natural e justo para uma coletividade possa ser inviável para outra (relativismo cultural). Em aspectos gerais, o ser humano possui tendência para a organização, que depende da disciplina comportamental e da conduta de cada indivíduo. Dessa forma, cada ser ou a somatória deles em uma classe profissional, tem um comportamento específico, guiado pelas características do trabalho que executa SÁ (2001).

Na história escrita, os registros consistentes mais antigos iniciam-se a partir da Grécia Antiga. ARANHA; MARTINS, (1993); VALLS, (1998). CHAUI (2000, p.432) cita que, “[...] desde a Antiguidade clássica (greco-romana) até nossos dias, podemos perceber que, em seu centro, encontra-se o problema da violência e dos meios para evitá-la, diminuí-la, controlá-la”. É nesta época que surge o conceito de política, que vem da palavra polis que, em grego significa “[...] cidade organizada por leis e instituições, porque instituíram práticas pelas quais as decisões eram tomadas a partir de discussões e debates públicos e eram adotadas ou revogadas por voto em assembleias públicas” CHAUI (2000, p.31). Iniciando dessa forma, a criação organizada de leis e regras para que o convívio em sociedade fosse possível.

O homem, naturalmente, é passional e a tarefa primeira da ética é a educação de nosso caráter ou de nossa natureza, para seguirmos a orientação da razão. Os filósofos antigos (gregos e romanos) consideravam a vida ética como um embate contínuo entre nossos apetites e desejos – as paixões – e nossa razão. A vontade possuía um lugar fundamental nessa educação, pois era ela que deveria ser fortalecida para permitir que a razão controlasse e dominasse as paixões CHAUI (2000, p.440).

Ainda segundo CHAUI, a ética de acordo com os pensadores antigos era dividida em três aspectos principais: o racionalismo, que defendia que devia-se agir em conformidade com a razão e o bem; o naturalismo, que defendia a vida de acordo com a natureza como um todo e com a de cada ser. E, por último, a inseparabilidade entre ética e política, que discorre sobre a conduta do indivíduo e os valores da sociedade, e permite que sejam encontrados os preceitos de liberdade, justiça e felicidade

Em destaque neste período o filósofo Aristóteles (384 a 322 a.C), que foi o maior incentivador da filosofia grega. Em sua obra *Ética a Nicômaco*, ele aborda diversos aspectos sendo que a *Ética*, para este, diz basicamente respeito ao indivíduo, sobre o que é bom ou mal, da justiça e da virtuosidade. ARISTÓTELES, (1973).

ARANHA E MARTINS (1993) citam que, Buda na Índia e Zaratrusta na Pérsia também tiveram ligação com o tema ético.SANTOS (1959) afirma que entre os chineses, pensadores como Lao Tse, Confúcio e Mêncio já especulavam tal tema em seus estudos. Porém, essas teorias estariam ligadas à religião e não são consideradas como reflexão filosófica.

Na Idade Média, surge a chamada *Ética Cristã*, que segundo VALLS (1998) os ideais éticos se identificavam com os religiosos e, inspirado em Sócrates e seu lema “conhece-te a ti mesmo”, que volta à tona com Santo Agostinho, que ensina que “Deus nos é mais íntimo qu nosso próprio íntimo”. Assim, o ideal ético praticado era o de uma vida de amor e fraternidade.

Segundo VASQUEZ (1998), o período em que surgiu a chamada Ética Moderna vai do século XVI até meados do século XIX. Época também conhecida como Grande Racionalismo Clássico e que possuiu variadas correntes éticas, porém com tendência acentuada ao antropocentrismo, que era contrastante com o teocentrismo.

A ética contemporânea inicia-se em meados do século XIX e prolonga-se até os dias atuais, tendo como principais representantes Hegel, Kierkegaard, Stiner e Marx. Conforme VASQUEZ (1998), a Ética Contemporânea, em sua fase mais recente, não só experimenta o socialismo, mas também participa de um processo de descolonização e reavaliação de comportamentos, princípios e heranças.

CHAUI (2000, p.58) relata que este período “[...] por ser o mais próximo de nós, parece ser o mais complexo e o mais difícil de definir, pois as diferenças entre as várias filosofias ou posições filosóficas nos parecem muito grandes porque as estamos vendo surgir diante de nós”, e de certa forma, impossibilita que seja feita uma análise profunda.

Quanto à definição de ética BOFF (2003) a entende como a ciência que trata do móvel da conduta humana e procura determinar esse móvel visando dirigir a própria conduta, dessa forma liga-se ao desejo de sobrevivência. Já ABBAGNANO (2000) a define como sendo a ciência da conduta que trata do fim e que deve orientar a conduta dos homens e dos meios para atingir tal fim, ou seja, é o ideal formulado e perseguido pelo homem e por sua natureza e essência.

Apesar de haver definições de diversos autores conceitualmente o cerne deste tema é que a ética tem um senso comum que são os princípios essenciais do ser humano enquanto parte de uma sociedade e também de sua capacidade de discernimento entre bem e mal.

## 2.2 Ética e Moral

Comumente designa-se ética como moral, e embora tênue, existe uma diferenciação entre as duas devido a diversas razões. “Normalmente, os conceitos de Ética e de Moral se assemelham, quando se referem a costume ou se diferenciam, quando a ética é vista como ciência e a moral é considerada regra de conduta”. ALVES, (2005, p.26).

CHAUI (2000, p. 437), cita que a ética e a moral “[...] referem-se ao conjunto de costumes tradicionais de uma sociedade e que, como tais, são considerados valores e obrigações para a conduta de seus membros”, ou seja, para a autora, as duas são complementares e intrínsecas.

SANTOS (1959), afirma que a moral está subordinada à ética, e que estas duas se distinguem totalmente em seu entendimento. Pois segundo este autor, os costumes em prática pelos homens podem ser entendidos como a moral e a ética dedica-se a normatizar estas práticas e ainda destaca o fato de que é mais comum falar-se em moral do que em ética, ou por vezes, a preferência é pelo primeiro termo, sem fazer a devida distinção entre os ambos. Para esse é preciso distinguir a ciência descritiva dos costumes (moral) e a ciência normativa (ética).

A definição de Ética para VALLS (1998) é “conjunto de normas para um indivíduo ou para determinados tipos de indivíduos, ou seja, são padrões morais que permitem que pessoas de diferentes valores, credos, religiões, formação entre outros, possam conviver em sociedade e tenham parâmetros parecidos com relação a certas ações”.

Já VASQUEZ (1998, p.13) a define como “a ciência da moral, isto é, de uma esfera do comportamento humano”. Para o autor, a moral compreende além de somente regras ou normas de ação, o conjunto de princípios, valores e prescrições que indivíduos de uma determinada sociedade consideram válidos como atos reais.

Considerando todos os conceitos expostos e também a definição de ARANHA e MARTINS (1993), a moral é tida, como um conjunto de regras admitidas em certa época ou por determinado grupo. E a ética, pode ser definida como filosofia moral, ou seja, é uma parte da filosofia que tem como função a reflexão acerca das noções e princípios morais. Já o entendimento destas noções pode seguir várias direções e dependem da concepção de homem como ponto de partida e do grupo para o qual está sendo praticada.

### 2.3 Ética Empresarial

A ética empresarial comumente é entendida como um valor da organização que assegura sua política de ações, sua reputação e, conseqüentemente, seus resultados. Para MOREIRA (1999), a ética empresarial é "o comportamento da empresa - entidade lucrativa - quando ela age de conformidade com os princípios morais e as regras do bem proceder aceitas pela coletividade (regras éticas)."

A ética profissional e conseqüentemente das organizações é considerada um fator importantíssimo para a sobrevivência delas, tanto das pequenas quanto das grandes empresas.

### 2.4 Código de Ética

O código de ética é uma ferramenta que busca a realização da visão, missão e valores da empresa. É a declaração formal de suas expectativas que serve para orientar as ações de seus colaboradores e explicitar a postura da empresa diante dos diferentes públicos com as quais interage.

De acordo com ARRUDA (2002), em um contexto organizacional estão envolvidos diversos núcleos como: acionistas ou proprietários, colaboradores, clientes, fornecedores, governantes e membros da comunidade em que a empresa está inserida. Os colaboradores da organização, devido à sua formação familiar, religiosa, educacional e social, atuam conforme seus princípios, sendo que, no dia-a-dia estes podem conflitar com os valores da organização, que caracterizam a cultura empresarial.

Para evitar que a ocorrência de fatos como este comprometam o resultado esperado pela organização, e estabelecer um padrão de comportamento, é fundamental que a organização estabeleça um sistema de valores, padrões e políticas que possibilitem aos colaboradores saber qual a conduta adequada e apropriada em qualquer circunstância. Este sistema se denomina código de ética, que pode ser definido como a declaração formal das expectativas da empresa à conduta de seus executivos e demais funcionários.

O código deve traduzir a filosofia e os princípios básicos da empresa, e regular as relações dos colaboradores entre si e com os demais núcleos. ARRUDA (2002), corrobora com esta tese defendendo que a elaboração de um código de ética se dá a partir da definição da base de princípios e valores esperados dos funcionários de determinada organização. A autora destaca a importância de um Código de Ética bem elaborado para a organização. Segundo ela: “os códigos tornam claro o que a organização entende por conduta ética. Procuram especificar o comportamento esperado dos colaboradores e ajudam a definir os marcos básicos de atuação”. ARRUDA, (2002, p.5), e devem ser definidos após consulta pública dentro da organização com participação de todos os envolvidos na definição dos artigos que compõem o Código de Ética.

Inicialmente criação dos Códigos de Ética Empresariais, foi realizada, nos Estados Unidos, devido a preocupações com questões éticas, dentro e fora das organizações, conforme levantamento de SROUR, (1994). Estes códigos podem variar em diversos aspectos, de acordo com a atividade, a nacionalidade e, até mesmo, com o objetivo da entidade que o utiliza.

A implantação de Códigos de Ética no Brasil tem sido coordenada por diferentes áreas dentro das organizações: recursos humanos, auditoria, assuntos corporativos e até marketing institucional. ARRUDA, (2002), relata que o conteúdo destes indica ou reforça certos aspectos, determinados pela área responsável por sua colaboração e manutenção e no início do processo de implantação os Códigos eram desenvolvidos internamente na empresa, mas também em vários casos por consultores externos e, por vezes, por solicitação dos setores de marketing, muito mais visando a imagem da empresa do que propriamente a ética.

Para LISBOA (1996), além de ditarem um novo padrão de conduta na vida profissional dos trabalhadores de determinada entidade, os Códigos também determinam certos comportamentos que variam desde sugestões para trabalho em grupo, vida profissional versus vida pessoal, entre outros.

Porém, nenhum código de ética consegue abranger todos os problemas que aparecem no âmbito da organização, sendo assim necessário que este seja complementado com opiniões de órgãos competentes e associações profissionais, ressalta LISBOA, (1996). Este conceito é confirmado por ALVES (2005, p.31) ao afirmar que “a constituição desses instrumentos normativos não garante, porém, que o corpo funcional da organização irá segui-los”, uma vez que tais códigos evidenciam o que deve ser feito, entretanto não garantem a conduta efetiva nas organizações.

Para ALVES (2005, p.224) “[...] profissionais que consideram o Código de Ética irrelevante como guia de conduta, se tornam mais propensos a descumpri-lo”, em contrapartida, ainda segundo o autor, a leitura do Código aumenta a predisposição dos indivíduos a cumpri-lo, de modo que a empresa deve ter política de divulgação, revisão e manutenção de seu Código de forma constante e interativa com os colaboradores.

As influências do ambiente interferem diretamente no comportamento dos indivíduos, sendo que segundo VASQUEZ (1998), essa influência chega por meio de vários caminhos: entre eles, estão aquelas emanadas dos pais, da escola, dos

amigos, dos costumes, das tradições, da própria profissão e dos meios de comunicação como um todo.

O Código de Ética de uma instituição, seja ela o governo, empresa ou ONG (organização não governamental), teoricamente só pode ser vantajoso para seus vários núcleos. Enquanto muitos empresários apenas vêm um modismo capaz de capitalizar benefícios ou dividendos, outros têm-se esforçado para criar um instrumento genuíno, com adesão voluntária de todos os envolvidos, incorporando de maneira natural e profissional os princípios éticos da instituição, conclui ARRUDA, (2002, p.1).

ARRUDA (2002), ainda salienta os tópicos que mais predominaram nestes códigos, que podem ser considerados como elementos necessários a qualquer código de ética: predominância da Ética como comportamento correto com as pessoas, manutenção dos valores éticos fundamentais e o esforço por abolir práticas como o suborno e as facilidades de pagamentos, os códigos também indicam a obediência às leis, quanto à sociedade e às relações de trabalho. Na mesma linha, boa parte das organizações registra os interesses comunitários como de importância, a ponto de consubstanciá-los no seu Código de Ética.

Assim, podemos verificar que a preocupação com os aspectos éticos é constante nas organizações e também o compromisso com o cumprimento das leis e de um bom relacionamento com os consumidores, fornecedores e até com os concorrentes. Além disso, as organizações têm buscado participar das discussões e resolução dos problemas da comunidade em que está inserida.

## 2.5 Ética na Gestão Empresarial

Nas sociedades primitivas a economia era baseada em trocas e não havia empresas e nem lucro monetário, MOREIRA (1999) afirma que a evolução histórica da ética empresarial está atrelada ao próprio desenvolvimento econômico da

humanidade e, a ética era limitada por ações de poder entre as partes e por eventuais necessidades de obtenção de certos bens ou artigos.

Ainda em seu estudo, MOREIRA conclui que o surgimento do lucro representou uma dificuldade para a moral, pois os pensadores estavam acostumados com a realidade da troca e, para estes, o lucro era um acréscimo indevido do ponto de vista da moral, passando a não ser o lucro em si, nem o seu valor, o que importa para a análise ética, mas sim a forma como esse era obtido.

O lucro passou a ser visto como fator de distribuição de renda somente no Século XVII, Adam Smith, em sua obra a Riqueza das Nações, cita isto. MOREIRA, (1999) coloca que a idéia de Smith, baseada no fato do agir econômico começa pelo próprio interesse individual, e em sua opinião, não necessita de legitimação ética, pois o lucro sendo resultante da concorrência regulada, gera o crescimento econômico das nações.

Ainda segundo esses autores, a partir da segunda metade do século XX, o assunto da ética empresarial ganhou real destaque nas sociedades. As primeiras arguições com relação a este tema são oriundas de debates ocorridos especialmente em países de origem alemã, na década de 60. Dados confirmados pelos autores ARRUDA; WHITAKER e RAMOS, (2001).

Somente na década de 70 é que esse assunto começou a se desenvolver como campo de estudo, porém ainda eram filósofos e teólogos que difundiam os ensinamentos acerca da ética. Neste contexto, o seu ensino em faculdades de Administração e Negócios foi impulsionado, principalmente nos Estados Unidos. Os filósofos e teólogos desta época vieram trazer sua contribuição a este novo assunto, que posteriormente foi complementado pela vivência empresarial, iniciando-se dessa forma, a aplicação dos conceitos de ética à realidade dos negócios, surgindo então a Ética Empresarial, completando o conceito destes autores ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, (2001).

Tanto no Brasil como em outros países, as leis, regulamentos, e principalmente as decisões judiciais têm sido no sentido de exigir das empresas um

comportamento ético em todos os seus relacionamentos. Para motivá-las a seguir a ética, através do estímulo aos seus instintos egoísticos, alguns países têm permitido que os seus tribunais imponham condenações milionárias às empresas infratoras, segundo levantamento de MOREIRA, (2002).

WEAVER (1993) define o código de ética empresarial como um documento formal distinto, que possui obrigações éticas conscientes para a conduta organizacional, só existindo se for formulado com o propósito único de ser guiado por padrões morais para condutas éticas, essa definição busca coibir as empresas de divulgarem relatórios anuais, missão organizacional, entre outros, como códigos de ética, causando a errada compreensão dos mesmos.

MOREIRA (2002) cita que os empresários em geral tem sua preocupação com o que é ou não ético relação ao temor de que a adoção de padrões não-éticos pelos colaboradores venha a se constituir em um passivo financeiro caso tais padrões cheguem a público e por este motivo adotam e suas entidades os Códigos de Ética.

Para ALENCASTRO (2010), falhas éticas levam as empresas a perder clientes e fornecedores importantes, dificultando o estabelecimento de parcerias, que é importante, pois além de levantar as afinidades culturais e comerciais, as empresas também verificam se há compatibilidade ética. Discorre também que, uma empresa para competir com o sucesso nos mercados nacional e mundial, tem que levar em conta a importância de cultivar uma sólida reputação de comportamento ético e responsabilidade social, pois a reputação é um elemento muito importante nas relações comerciais, formais ou informais, que digam ou não respeito à publicidade, aos produtos e serviços ou a questões ligadas aos recursos humanos. Sendo assim, ele conclui que uma empresa não ética também não pode esperar comportamento ético de seus colaboradores.

### 3. MERCADO DE ATUAÇÃO

O segmento de mercado em que está inserida a Radial Luz é a indústria de construção civil definida no Portal dos Administradores (2015) como “A área que abrange todas as atividades de produção de obras. Estão incluídas nesta área as atividades referentes às funções planejamento e projeto, execução e manutenção e restauração de obras...”, e de acordo com a Receita Federal, construção civil é conceituada como "a construção, a demolição, a reforma, a ampliação de edificação ou qualquer outra benfeitoria agregada ao solo ou ao subsolo", enquadrados neste contexto a RADIAL LUZ que comercializa e fabrica lâmpadas, materiais elétricos e ferramentas, estes utilizados nos estágios de acabamentos e manutenção prediais.

Segundo informações publicadas no site da ABREME - Associação Brasileira dos Revendedores de Materiais Elétricos está vinculada a esta associação 45 empresas denominadas como revendedoras de materiais elétricos e outras 15 como fabricante destes mesmos produtos no estado do Paraná.

A escolha pela RADIAL LUZ como objeto desta pesquisa, pelo contato com a gestão da empresa, pois atuo na mesma profissionalmente e pode-se observar que a imagem sólida que possui no mercado pode ser mais bem irradiada com a implantação de um Código de Ética.

Para que se desenvolva uma pesquisa é necessária determinação dos métodos dentro da metodologia de pesquisa. Para ANDRADE (2003) “metodologia é um conjunto de métodos ou caminhos que são percorridos na busca do conhecimento”. Estes métodos são caracterizados por um conjunto de etapas utilizadas na investigação de fatos. Este trabalho trata-se de estudo de caso, pois busca conhecimento sobre um fenômeno, que segundo GIL (1991) “é um estudo profundo ou exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento”.

O estudo de caso entende-se por ser uma pesquisa de campo do tipo exploratória e descritiva. Segundo MARCONI (2010) “Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e conhecimento acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese que queira comprovar, ou, ainda descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles”.

Podem ser encontradas tanto descrições quantitativas e/ou qualitativas quanto a acumulação de informações detalhadas como as obtidas por intermédio da observação participante. MARCONI (2010) Entende-se que estudo de caso é uma pesquisa de campo, utilizada com o objetivo de conseguir informações sobre um determinado tema, do tipo exploratória - descritiva com o intuito de verificar e descrever ao máximo este tema.

### 3.1 A Empresa

A RADIAL LUZ abriu as portas na Cidade Curitiba, em março de 1997. A oportunidade para abri-la aconteceu por meio da visita de um de seus sócios, há uma feira de negócios na China, na época que o chamado “Dragão Asiático” ainda não era a segunda economia mundial.

Nos anos seguintes à abertura da empresa, o Brasil e o Mundo, viveram momentos de instabilidades econômicas. Com a oscilação do dólar e o enfraquecimento na comercialização de produtos importados a empresa acabou sofrendo impactos diretos. Para que essa mudança na economia mundial não acarretasse maiores dificuldades para vendas, seus sócios-diretores resolveram ampliar o portfólio de produtos, o que tinha começado apenas com lâmpadas, pois era mais concentrado e havia menos concorrência, passou a comercializar também ferramentas e logo após materiais elétricos.

Após mais de uma década de trabalho, a RADIAL LUZ, conquistou uma posição de reconhecimento, com a qualidade e a mesma gestão de desde os

primeiros dias de sua fundação. No ano de 2014, a RADIAL LUZ redefiniu seus conceitos de Missão, Visão e Valores com o objetivo de alinhar-se ao mercado e posicionar sua marca com mais solidez. Neste desejo a missão da empresa foi definida em: “Fornecer produtos para a construção e manutenção de ambientes residenciais e de trabalho que tragam a praticidade e bem-estar às pessoas.”

A visão, que é o que a empresa almeja no médio prazo, ou seja, nos próximos cinco anos é a seguinte: “Estar entre as cinco maiores marcas em cada um dos segmentos em que atuamos e ser reconhecida como uma das melhores empresas para se trabalhar até o ano de 2020”.

E para conquistar a visão definida e cumprir a missão auto imposta a RADIAL LUZ irá trabalhar seguindo os estes valores:

- Atuar de maneira ética e respeitosa seguindo as normas da empresa e principalmente as regras e leis dos mercados que atuamos.
- Valorizar, Preparar e Investir no desenvolvimento das pessoas.
- Ser transparente, verdadeira e autêntica permitindo a liberdade de expressão e um diálogo franco e honesto.
- Inovar em tudo o que se faz para estar sempre um passo à frente.
- Viver o negócio dos nossos clientes assim como se fosse o nosso.
- Trabalhar em um ambiente seguro e prazeroso: enfrentando os desafios e comemorando as conquistas, sempre em equipe.
- Participar ativamente de ações sociais, trazendo benefícios a comunidade e ao ambiente que estamos inseridos.

Hoje, a RADIAL LUZ tem 90% dos produtos importados, da China, Índia, Coréia do Sul e Vietnã: são 64 linhas de produtos, com mais de 700 itens, que já saem de seu país de origem com embalagens próprias e certificadas pelas leis brasileiras, atendendo ao Brasil inteiro, com faturamento anual de aproximadamente 100 milhões de reais.

A RADIAL LUZ quer garantir o crescimento sustentável dos resultados diminuindo a dependência dos produtos importados e ficar menos vulnerável às medidas do governo quando a taxação de produtos importados. Seus sócios

pretendem comprar fábricas no Brasil e ampliar a comercialização de itens brasileiros, que representam hoje cerca de 10% de seus produtos em venda.

A RADIAL LUZ no ano de 2011 inaugurou seu novo centro de distribuição, amplo e com a tecnologia necessária para oferecer um serviço de agilidade, qualidade, e para continuar garantindo um atendimento de excelência. Localizada em Pinhais, na Região Metropolitana de Curitiba, Paraná, o centro de distribuição possui uma área de 16 mil m<sup>2</sup>, a nova sede conta com 10 mil m<sup>2</sup> de área construída e tem capacidade para aproximadamente oito mil posições/pallet.

Além de tudo isso o prédio foi construído levando em conta princípios de sustentabilidade e preservação ambiental. O projeto aproveita a iluminação natural, e há também um serviço de reaproveitamento da água da chuva.

Por comercializar produtos importados a empresa tem equiparação fiscal com indústria e atua como distribuidor atacadista atendendo todo o território nacional a partir da Cidade de Pinhais – PR.

A RADIAL LUZ tem um quadro de colaboradores com 112 colaboradores em seu escritório central e uma carteira com 72 escritórios de representação comercial o que eleva o número de pessoas para 300 em contato direto com a marca todos os dias, além de seus fornecedores dentro e fora do país e as demais empresas de serviços com as quais mantém relacionamentos periódicos.

Diante de todos estes fatos e com conhecimento de que a empresa não possui Código de Ética escrito, apenas um documento de normas e regulamentação do setor de Gestão de Pessoas, faz-se a proposta de demonstrar a importância em possuir um documento deste e apresentar uma previa do mesmo para avaliação da empresa e posterior implantação.

### 3.2 Concorrentes

No estado do Paraná, especificamente na cidade de Curitiba e região metropolitana encontram-se os concorrentes diretos que disputam acirradamente o mercado no segmento em que atuam. Destacam-se as empresas com maior representatividade de mercado.

A Empalux é uma empresa Paranaense também com portfólio similar ao da Radial Luz e fundada em 1993, a Empalux é uma das maiores empresas brasileiras de importação e distribuição de lâmpadas, com sede administrativa localizada na capital Curitiba. Possui também um Centro de Distribuição em São José dos Pinhais (PR). Mantém laboratórios de pesquisa na Ásia e no Brasil, oferecendo aos seus consumidores produtos certificados de acordo com as mais rigorosas normas nacionais e internacionais de qualidade e eficiência energética, tendo conquistado o Selo PROCEL/Inmetro, certificação mais importante do Brasil em relação à eficiência de energia.

A Taschibra é uma empresa brasileira especializada em produtos para iluminação com sede no município de Indaial, Santa Catarina. Tem 19 anos de mercado, possui mais de 600 colaboradores e aproximadamente 200 representantes. A empresa atua também como exportadora e produz anualmente cerca de 4,5 milhões de luminárias, que são distribuídas nos canais Home Center, Material de Construção/ Material Elétrico/ Loja especializada, Supermercado/ Bazar e B2B Corporativo.

A terceira empresa analisada para esta pesquisa é a Decorlux, é uma empresa brasileira, e sediada em Curitiba que está no mercado desde 1999, atuando na importação, distribuição e comércio de materiais elétricos. Da sua fundação até os dias de hoje, a DECORLUX se consolidou em outros mercados, tais como: Materiais Elétricos, Automação, Iluminação, Fixação, Isolamento e Vedação.

As empresas acima citadas atuam no mesmo nicho de mercado, tem aproximadamente o mesmo tempo de existência e são todas afiliadas à ABilumi - Associação Brasileira de Importadores de Produtos de Iluminação. Todo este perfil similar denota também que trabalham com o mesmo modelo de gestão e nenhuma destas possui documento oficial intitulado Código de Ética.

A associação Abilumi foi criada em janeiro de 2005, com objetivo congregar e defender os interesses das empresas atuantes no segmento de importação e distribuição de produtos de iluminação. A associação destaca o momento em que o setor está vivendo com a expansão da linha LED, como economia e eficiência energética e enfatizou o baixo consumo desses modelos (em torno de 70% menor que uma lâmpada incandescente) e a vantagem de fazer a troca gradual, para minimizar o impacto do investimento. Estes fatores farão com que as empresas atuantes neste nicho de mercado precisem se modernizar e se tornarem mais competitivas.

As referências de mercado para o segmento são empresas multinacionais que atuam no país com as mesmas linhas de produtos como a Philips, empresa holandesa em atuação no Brasil há 83 anos e outras do mesmo porte.

### 3.3 Código de Ética Proposto

#### INTRODUÇÃO

Aos Colaboradores, Gerentes, Diretores e membros dos Conselhos de Administração da RADIAL LUZ: Nossos Princípios Éticos e Nossas Responsabilidades representam a tradução da cultura RADIAL LUZ, forjada na atuação de nossos colaboradores, gerentes e administradores, e estão alinhados com a forma como conduzimos nossos negócios, frente aos inúmeros desafios de um mercado cada vez mais exigente e competitivo.

Os Nossos Princípios Éticos devem orientar nossas decisões e escolhas, em todos os locais em que está presente a RADIAL LUZ. As Nossas Responsabilidades apresentam as regras para a nossa atuação, orientando-nos em relação a como devemos nos comportar frente às situações do dia a dia. A RADIAL LUZ espera que todos nós continuemos a manter e a zelar pela tradição de empresa íntegra e solidária que tem marcado a nossa história, e a cumprir nossa missão.

#### OBJETIVOS E APLICAÇÃO

Os objetivos desta Declaração de Princípios Éticos e Código de Conduta Profissional da RADIAL LUZ são:

- Orientar e disciplinar a atuação de colaboradores, gerentes, administradores e Diretores;
- Servir de referência para a verificação de conformidade em relação ao cumprimento deste Código;
- Orientar o Comitê de Ética da RADIAL LUZ na avaliação e deliberação sobre possíveis descumprimentos e em relação à necessidade de revisões deste Código.

Este Código aplica-se aos colaboradores, gerentes, administradores e diretoria executiva da RADIAL LUZ. Poderá se aplicar, também, a contratados e prestadores de serviço naqueles casos em que seja definida esta obrigação em contrato.

#### A. Requisitos básicos de conduta

A RADIAL LUZ reconhece e valoriza a conduta profissional pautada pelo comprometimento com as atividades da Empresa e pela integridade ao agir com o colega de trabalho, parceiros, clientes e com a sociedade em geral. Respeita os seus colaboradores, contratados e prestadores de serviço, e espera que cada um discipline suas ações com base na lei, se oriente pela verdade no desempenho de suas atribuições e defenda, como compromisso profissional e moral, os interesses da Empresa e da sociedade.

##### A.1 Conduta de acordo com a lei.

O respeito pelas leis e pelos sistemas legais de todos os países onde operamos constitui um princípio fundamental da RADIAL LUZ. Todos os colaboradores têm de cumprir as leis e regulamentos dos sistemas legais e ainda as políticas aplicáveis da RADIAL LUZ. É imprescindível evitar qualquer violação da lei, em toda e qualquer circunstância. Independentemente das sanções previstas na lei, todos os colaboradores culpados por uma infração serão submetidos a medidas disciplinares por consequência do não cumprimento dos seus deveres profissionais.

##### A.2 Respeito mútuo, honestidade e integridade

Respeitamos a dignidade pessoal, a privacidade e os direitos individuais de cada um. Trabalhamos com pessoas de diversas origens étnicas, culturas, religiões, idades, incapacidades, raças, identidades sexuais e visões do mundo, quer sejam homens ou mulheres. Não toleramos qualquer discriminação contra qualquer

pessoa com base nestas características nem qualquer assédio ou comportamento ofensivo, de caráter sexual ou pessoal. Estes princípios aplicam-se tanto à cooperação interna como à conduta na relação com parceiros externos. Tomamos decisões sobre as pessoas com quem trabalhamos – incluindo colaboradores, fornecedores, clientes e parceiros de negócios – apenas com base em argumentos corretos, e não em fundamentos inadequados, como a discriminação ou coerção. E dos nossos colaboradores esperamos uma atuação íntegra.

### A.3 Responsabilidade face à reputação da RADIAL LUZ

A reputação da RADIAL LUZ é determinada pelas nossas ações e pela forma como todos e cada um se apresentam e se comportam. Um comportamento ilegal ou inadequado da parte de qualquer colaborador pode prejudicar consideravelmente a Empresa. Todos os colaboradores devem empenhar-se em manter e promover a boa reputação da RADIAL LUZ

### A.4 Gestão, responsabilidade e supervisão

A cultura de integridade e conformidade de uma organização começa a partir de cima. Todos os gestores têm de cumprir os seus deveres de organização e supervisão. Todos os gestores são responsáveis por todos os colaboradores sob a sua alçada. Todos os gestores têm de merecer respeito através do exemplo da sua conduta pessoal, desempenho, abertura de espírito e competências sociais. Isto significa, entre outros, que cada gestor tem de destacar a importância de uma conduta ética e transparente, fazer delas tópico habitual das atividades diárias e promovê-las através de liderança pessoal e formação. Cada gestor deve igualmente definir objetivos claros, ambiciosos e realistas e orientar a sua liderança pelo exemplo. Os gestores devem conceder aos seus colaboradores o máximo possível de responsabilidades e margem de manobra, definindo com toda a clareza que

devem garantir a conformidade, sempre e em todas as circunstâncias. Todos os gestores deverão igualmente manter-se acessíveis caso os colaboradores pretendam expressar as suas preocupações, colocar questões ou debater um problema profissional ou pessoal. Estas responsabilidades dos gestores não isentam os colaboradores das suas próprias responsabilidades. Cabe aos gestores garantir que não ocorram infrações à lei no âmbito da sua área de responsabilidade que pudessem ter sido evitadas com a devida supervisão. A responsabilidade será sempre dos gestores, mesmo que tenham delegado determinadas tarefas a terceiros.

## B. Relação com parceiros de negócio e entidades externas

### B.1 Concorrência leal

A concorrência leal permite a livre evolução dos mercados – com os correspondentes benefícios sociais. O princípio da lealdade aplica-se de igual modo à concorrência que visa obter uma quota de mercado. Todos os colaboradores estão obrigados a cumprir as regras de concorrência leal. Os colaboradores não podem: – falar com concorrentes sobre preços, produção, capacidades, vendas, propostas, lucros, margens de lucro, custos, métodos de distribuição ou qualquer outro parâmetro que determine ou influencie o comportamento competitivo da Empresa. Adicionalmente, os colaboradores não podem obter informações confidenciais da concorrência utilizando meios de espionagem industrial, suborno, furto ou interceptação de informações por via eletrônica, nem comunicar informações conscientemente falsas sobre um concorrente ou os seus produtos e serviços.

### B.2 Combate à corrupção: oferta e concessão de benefícios

Competimos de modo leal para obtermos encomendas, com base na qualidade e no preço dos nossos produtos inovadores, e não oferecendo a terceiros benefícios indevidos. Conseqüentemente, nenhum colaborador poderá, direta ou indiretamente, oferecer, prometer, conceder ou autorizar a entrega de valores monetários ou outros a um funcionário público em troca da sua influência numa ação oficial ou para obter qualquer benefício indevido. O mesmo se aplica a interlocutores de negócio privados numa transação de negócio, como compensação por um benefício indevido. Qualquer oferta, promessa, concessão ou presente tem de estar de acordo com as leis aplicáveis e as políticas da RADIAL LUZ, não podendo gerar qualquer aparência de má fé ou inadequabilidade. Por este motivo, os colaboradores responsáveis pela contratação de consultores, agentes ou outros parceiros de negócios têm de tomar as medidas adequadas no sentido de: – garantir que esses terceiros compreendem e cumprem as políticas de combate à corrupção da RADIAL LUZ ou equivalentes equiparáveis; – avaliar as qualificações e a reputação desses terceiros; e – incluir nos acordos e contratos as disposições adequadas concebidas para proteger a RADIAL LUZ.

### B.3 Combate à corrupção: exigir e aceitar benefícios

Os colaboradores não têm autorização para utilizar as suas funções para incitar, exigir, aceitar, obter ou receber promessas de benefícios. Isto não se aplica à aceitação de presentes ocasionais de valor puramente simbólico nem de refeições ou eventos de entretenimento de valor razoável, em coerência com os usos e costumes locais e as políticas da RADIAL LUZ. Quaisquer outros presentes, refeições ou eventos de entretenimento têm de ser recusados.

### B.4 Contribuições políticas, doações e patrocínios

A RADIAL LUZ não faz contribuições políticas (doações a políticos, partidos políticos ou organizações políticas). Na qualidade de elemento responsável da sociedade, a RADIAL LUZ contribui com doações monetárias ou em produtos nas áreas da educação e da ciência, da arte e da cultura, bem como projetos sociais e humanitários. Todas as doações têm de ser transparentes. Isto significa, entre outros, que a identidade do destinatário e o uso pretendido da doação têm de estar claramente definidos e que o motivo e a finalidade da doação têm de ser justificados e documentados. Todas as contribuições sob a forma de patrocínio têm de ser transparentes, basear-se num contrato escrito, possuir uma finalidade de negócio legal e ser adequada à compensação oferecida pelo anfitrião do evento. Não é permitido prometer, oferecer ou prestar contribuições com a finalidade de garantir benefícios competitivos injustificados para a RADIAL LUZ ou para outros fins indevidos, e não podem ser prestadas contribuições para eventos organizados por pessoas ou organizações com objetivos incompatíveis com os princípios empresariais da RADIAL LUZ ou que possam prejudicar a sua reputação.

#### B.5 Controles de comércio

A RADIAL LUZ cumpre todos os controles de exportação e leis e regulamentos alfandegários aplicáveis nos países onde opera. A infração destas leis e regulamentos pode dar lugar a sanções graves, incluindo multas e a anulação de procedimentos simplificados de importação e exportação por parte de governos (quebra numa cadeia de fornecimento regular e constante). Os colaboradores envolvidos na importação e exportação de mercadorias, serviços, hardware, software ou tecnologia, têm de cumprir as sanções económicas aplicáveis, as leis e os regulamentos de controle da exportação e da importação e quaisquer políticas e procedimentos associados definidos pela empresa em que trabalham.

## B.6 Trabalho com fornecedores

A RADIAL LUZ, como empresa, espera que os seus fornecedores partilhem de seus valores e que cumpram todas as leis aplicáveis. Adicionalmente, a RADIAL LUZ espera que os seus fornecedores atuem de acordo com os princípios delineados a seguir: – cumprir todas as leis aplicáveis; – proibir atos de corrupção; – respeitar os direitos humanos básicos dos colaboradores; – cumprir as leis que proíbem o trabalho infantil; – assumir responsabilidade pela saúde e a segurança dos seus colaboradores; – agir de acordo com as normas locais e internacionais aplicáveis relativas à proteção ambiental, e – promover o cumprimento das leis entre os respectivos fornecedores.

## B.7 Compromisso com o cliente

Queremos ser permanentemente reconhecidos pela excelência na prestação de serviços e no relacionamento com os clientes. A fidelidade da informação no atendimento aos nossos clientes é também uma premissa na nossa atividade. A Radial Luz busca sempre um relacionamento respeitoso e cortês com o cliente, procurando que os custos de seus produtos venham representar valores compatíveis com a oferta e com o crescimento do mercado.

Colaboradores, gerentes, administradores devem:

- Buscar continuamente a melhoria da qualidade de nossos serviços;
- Assegurar exatidão, transparência e objetividade na prestação de informações aos nossos clientes;
- Atender com deferência, adotando as melhores práticas no relacionamento com o cliente;
- Agir pró-ativamente no atendimento às necessidades dos clientes e na busca de soluções para as questões apresentadas por eles;

## C. Evitar conflitos de interesses

Os colaboradores da RADIAL LUZ têm o dever de tomar decisões de negócio no melhor interesse da RADIAL LUZ, e não com base nos seus próprios interesses pessoais. Os colaboradores têm de informar o respectivo superior acerca de qualquer interesse pessoal que possa advir no âmbito do desempenho dos seus deveres profissionais. Os colaboradores não podem utilizar, para contratos ou encomendas pessoais, empresas com as quais tenham relações comerciais no âmbito das suas atividades em nome da RADIAL LUZ. É importante que todos os colaboradores reconheçam e evitem conflitos de interesses durante a realização das suas atividades profissionais.

### C.1 Competir com a RADIAL LUZ

Um colaborador não pode operar nem prestar assistência a uma empresa concorrente da RADIAL LUZ ou envolver-se em quaisquer atividades concorrentes.

### C.2 Trabalho paralelo

Os colaboradores não podem exercer trabalhos paralelos que constituam concorrência às atividades da RADIAL LUZ. Antes de poderem praticar qualquer atividade paralela remunerada, os colaboradores têm de comunicar à RADIAL LUZ e obter a sua autorização por escrito. Atividades ocasionais de escrita, conferências ou atividades ocasionais comparáveis não são consideradas trabalho paralelo. Não será concedida autorização se a atividade em questão for prejudicial para os interesses da RADIAL LUZ.

### C.3 Participações em empresas terceiras

Os colaboradores que detenham ou adquiram direta ou indiretamente uma participação num parceiro de negócios da RADIAL LUZ terá igualmente de comunicar este fato ao departamento de recursos humanos responsável, caso possua uma relação comercial com o parceiro de negócio ou a empresa no desempenho das suas responsabilidades oficiais ou caso detenha uma posição nessa mesma empresa.

#### D. Manuseio de propriedade da empresa

Os escritórios e o barracão da RADIAL LUZ possuem muitos dispositivos e equipamentos, como telefones, copiadoras, computadores, software, Internet/intranet, máquinas e outras ferramentas, incluindo sistemas de correio eletrônico. Estes dispositivos devem ser utilizados apenas no âmbito das atividades da Empresa e não para proveito pessoal. Em caso algum é permitida a recolha ou a transmissão de informações que promovam ou incitem ao ódio racial, à glorificação da violência ou outros atos criminosos, ou que contenham material sexualmente ofensivo no âmbito da respectiva cultura. Sem a devida autorização do seu supervisor, os colaboradores não podem criar registros, gravações em vídeo ou áudio, nem reproduções utilizando o equipamento ou as instalações da RADIAL LUZ, caso a atividade não esteja diretamente relacionada com o negócio da empresa.

#### E. Tratamento de informação

##### E.1 Registros contábeis e integridade financeira

Uma comunicação aberta e eficaz exige a criação de relatórios precisos e fiéis à realidade. Tal aplica-se de igual modo às relações com os investidores, colaboradores, clientes e parceiros de negócios, bem como com o público em geral e todos os organismos públicos. A RADIAL LUZ deve igualmente manter processos e controlos robustos, de modo a que as transações sejam efetuadas com base em autorizações da gestão. Exige-se a todos os colaboradores da RADIAL LUZ que se certifiquem de que os documentos e os registos contábeis da RADIAL LUZ por si criados ou pelos quais de outro modo sejam responsáveis: – estão completos – são precisos – refletem honestamente cada transação ou despesa, e – são gerados no tempo devido e de acordo com as regras e normas contábeis aplicáveis.

## E.2 Confidencialidade

Deve ser conservado o sigilo da informação confidencial interna ou proprietária da RADIAL LUZ que não tenha sido divulgada junto ao público em geral. As informações não públicas de ou sobre fornecedores, clientes, colaboradores, agentes, consultores e outros terceiros deverão igualmente ser protegidas em conformidade com os requisitos legais e contratuais. As informações confidenciais ou proprietárias poderão incluir em particular: – detalhes sobre a organização e o equipamento, preços, vendas, lucros, mercados, clientes e outros assuntos de negócio de uma empresa – informações sobre a produção ou a investigação e desenvolvimento, e – valores internos de relato financeiro. A obrigação de confidencialidade mantém-se para além do término da relação relevante, dado que a divulgação de informação confidencial poderá prejudicar o negócio da RADIAL LUZ ou os seus clientes, independentemente da altura da sua divulgação.

## E.3 Proteção e segurança dos dados

O acesso à Internet, a troca de informações e o diálogo eletrônico e as transações de negócios por via eletrônica constituem elementos cruciais para a eficácia do trabalho de cada um de nós, bem como para o êxito do negócio na sua globalidade. Contudo, as vantagens da comunicação eletrônica estão associadas a riscos no que toca à proteção da privacidade pessoal e à segurança dos dados. Uma capacidade eficaz de antevisto destes riscos constitui um componente importante da gestão das tecnologias de informação, para a função de liderança e também para o comportamento individual de cada um. Têm de ser garantidos elevados padrões no que toca à qualidade dos dados e à proteção contra acessos não autorizados. A utilização dos dados tem de ser transparente para as pessoas afetadas, cujos direitos devem ser salvaguardados no que toca à utilização e à correção da informação e, se aplicável, a objeções que impliquem o bloqueio ou a eliminação de informação. Todos os colaboradores têm de cumprir essas leis, na medida em que sejam aplicáveis, de modo a proteger a privacidade de terceiros.

#### E.4 Preservação da imagem institucional e da marca RADIAL LUZ

A imagem da RADIAL LUZ é um património intangível de valor imensurável, construído ao longo de uma existência. Esse valor é transferido à marca Radial Luz, que merece os mesmos cuidados dispensados à Imagem, já que onde está a marca “RADIAL LUZ” está a Empresa “RADIAL LUZ”. Nossa propriedade intelectual representa também um bem a ser protegido e valorizado.

Os colaboradores, gerentes, administradores, devem:

- Zelar pela Marca, Imagem e Identidade Visual da RADIAL LUZ em qualquer manifestação da Empresa e nas campanhas publicitárias, mantendo as suas características originais, ainda que estas possuam marcas específicas;
- Exercer os direitos legais para registro da propriedade intelectual da Empresa, observando os procedimentos para proteção de invenções, processos e inovações.

Não devemos:

- Permitir o uso de ícones ou símbolos que interfiram na correta aplicação da marca “RADIAL LUZ”, quando da divulgação de eventos, programas, projetos ou nomenclaturas das unidades administrativas.

#### E.5 Relacionamento com a Sociedade e com a Imprensa

A comunicação com a Sociedade e com a Imprensa é regida pela informação responsável, clara e oportuna, que preserva a confiança do nosso cliente e do público em geral. Busca aperfeiçoar a comunicação com o propósito de evitar interpretações errôneas ou parciais que possam prejudicar a Imagem da Empresa zelando pela veracidade das informações como pressuposto básico da nossa comunicação e não divulgar ou comentar informações estratégicas ou de caráter sigiloso ou restrito, exceto com autorização específica.

#### E.6 Regras relativas ao abuso de informação privilegiada

As pessoas que possuam informações privilegiadas sobre a RADIAL LUZ ou outra empresa como, por exemplo, um cliente, fornecedor ou parceiro, não podem transacionar com os títulos destas empresas. As informações privilegiadas não podem ser divulgadas nem disponibilizadas a terceiros sem a devida autorização. Não é autorizada a divulgação de informações privilegiadas sempre que ocorra fora do âmbito normal das atividades ou funções profissionais do colaborador com acesso às mesmas ou quando do cumprimento de outras obrigações em nome do emissor. Tal aplica-se a informações divulgadas dentro e fora da RADIAL LUZ, incluindo a jornalistas, analistas financeiros, clientes, consultores, familiares ou amigos.

#### F. Ambiente, segurança e saúde

## F.1 Ambiente e segurança técnica

A proteção do ambiente e a conservação dos recursos naturais são prioridades da nossa Empresa. Através da liderança da gestão e do empenho dos colaboradores, a RADIAL LUZ esforça-se para realizar as suas operações de modo seguro para o ambiente e melhorar continuamente o seu desempenho ambiental. Todos os colaboradores têm de contribuir para alcançarmos estes objetivos, através da sua conduta individual.

## F.2 Segurança no local de trabalho

A Radial Luz prioriza a saúde e segurança do pessoal próprio, de prestadores de serviço, e de terceiros. Em suas atividades procura estar alinhada com a prevenção de acidentes e incidentes, através do desenvolvimento de técnicas e da implantação de sistemas que assegurem a efetividade de suas ações.

A Radial Luz considera como fundamental a adoção e a manutenção de boas práticas de segurança do trabalho, de forma a assegurar a integridade e a saúde de colaboradores, contratados e de terceiros. As ações de prevenção de acidentes e promoção da saúde fazem parte de suas metas institucionais.

É de responsabilidade de cada um promover os esforços da RADIAL LUZ no sentido de realizar as suas operações com segurança. A responsabilidade face aos colaboradores exige as melhores medidas de prevenção de acidentes possíveis, e aplica-se a: – planejamento técnico dos locais de trabalho, do equipamento e dos processos – gestão da segurança, e – comportamento pessoal no local de trabalho cotidiano. O ambiente de trabalho tem de estar em conformidade com os requisitos

de uma concepção orientada para a saúde. Todos os colaboradores têm de estar permanentemente atentos à segurança no local de trabalho.

Responsabilidades adicionais dos gerentes:

- Buscar assegurar um ambiente em que o colaborador possa exercer os direitos estabelecidos pela Política de Segurança do Trabalho;
- Contribuir para o desenvolvimento contínuo das práticas seguras para cada tarefa.

#### G. Reclamações e observações

Todos os colaboradores podem apresentar reclamações junto do respectivo supervisor, Gerente, Gestor de recursos humanos ou outra pessoa/unidade designada para o efeito. Circunstâncias que indiquem uma violação das Diretrizes de Conduta Profissional devem ser comunicadas ao Gestor de Recursos Humanos. Todas as denúncias podem ser apresentadas a título confidencial e anônimo, e todas serão investigadas. Se necessário, serão implantadas medidas corretivas. Toda a documentação será mantida em confidencialidade, na medida do permitido por lei. Não será tolerado qualquer tipo de represália contra os autores de denúncias.

#### H. Implantação e monitoramento

A gestão da RADIAL LUZ deverá promover ativamente a distribuição ampla do Código de Ética e garantir a sua implementação. O cumprimento da lei e das Diretrizes de Conduta Profissional será monitorado regularmente, respeitando os procedimentos e disposições legais aplicáveis.

O sítio de Monitoramento da RADIAL LUZ na Internet fornece informações adicionais que agregam conteúdos específicos relacionados a estas diretrizes. Se um colaborador RADIAL LUZ não tem certeza da coisa certa a fazer num caso específico, existem muitas fontes de informação disponíveis para ajudar. Ele/Ela podem contatar seu/sua supervisor ou o setor de Gestão de Pessoas. Além disto, se um colaborador descobriu um caso de possível má-conduta, várias opções estão disponíveis para denunciá-lo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com a bibliografia estudada, nota-se que os dilemas éticos ocorrem há muito tempo e começaram a ser discutidos na Grécia Antiga, com a criação de diversas teorias, que de alguma maneira almejavam o mesmo objetivo: o bem comum; apesar das constantes transformações que a sociedade sofre, principalmente com o avanço da tecnologia, os princípios éticos sofreram poucas mudanças.

O tema é atualmente muito discutido devido aos grandes escândalos noticiados, tanto na área econômica, quanto na área política. Nota-se que cada vez mais as empresas se preocupam com sua reputação, deixando a busca pelo lucro a qualquer custo de lado e priorizam a gestão ética que caminha entrelaçada com a responsabilidade social e a sustentabilidade, porém a implantação da ética na cultura organizacional deve ser feita diariamente valorizando os princípios éticos através da educação ou reeducação dos colaboradores, em todos os níveis hierárquicos, a fim de promover o alinhamento da conduta pessoal à cultura organizacional.

De acordo com os objetivos propostos no início do estudo verificamos que muitas organizações ainda desconhecem o valor que um Código de Ética e a conseqüente cultura ética agregada à sua imagem, mas muitas outras já trabalham a ética em seu dia-a-dia. É longo o caminho, porém atingindo os objetivos propostos de apresentar um histórico e conceitos sobre o tema, bem como apresentar uma organização que necessita praticar e vivenciar os benefícios de tudo o que se foi falado no referencial teórico, concluí-se que a ética não é um empecilho para se alcançar o sucesso, mas sim uma aliada, sendo cada vez mais essencial à sobrevivência e estabilidade da empresa no mercado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de filosofia**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 7º Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ALENCASTRO, Mario Sérgio Cunha. **Ética empresarial na prática**. 1º Ed. Curitiba: Ibpex, 2010.

ALMEIDA, Maria Cecília Coutinho de. **Código de ética corporativo**. [http://www.eticaempresarial.com.br/imagens\\_arquivos/artigos/File/eticaenegocios/pesquisa\\_codigo\\_etica\\_2008.pdf](http://www.eticaempresarial.com.br/imagens_arquivos/artigos/File/eticaenegocios/pesquisa_codigo_etica_2008.pdf) Acesso 03/10/2014.

ALVES, Francisco José dos Santos. **Adesão do Contabilista ao código de ética da sua profissão**: um estudo empírico sobre suas percepções. 273 f. Tese (Doutorado em Contabilidade) – Programa de Pós-Graduação em Contabilidade e Atuária da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2005.

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando, Introdução à Filosofia**. 2 ed. São Paulo: Moderna, 2003.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Coleção os pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1973.

ARRUDA, Maria Cecília C. de; WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria Rodriguez. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. São Paulo: Atlas, 2001.

ARRUDA, Maria Cecília C. de. **Código de Ética**: um instrumento que adiciona valor. São Paulo: Negócio Editora, 2002.

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho; WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria Rodriguez. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. São Paulo: Atlas, 2001 - 2003.

BOFF, Leonardo. **Graça e experiência humana: a graça libertadora no mundo**. Petrópolis: Vozes, 2003.

CHAUÍ, Marilena. **Convite a Filosofia**. São Paulo: Ática, 2000.

FERREIRA, Adriano Rodrigues. **REFLEXÕES: Da Ética Aristotélica para a Ética na Sociedade Brasileira atual.** Disponível em: <http://www.webartigos.com/articles/6702/1/reflexoes-da-etica-aristotelica-para-a-etica-na-sociedade-brasileira-atual/pagina1.html>. Acessado em: 03/10/2014

FERRELL. O. C., FRAEDRICH, John, FERRELL, Linda. **Ética Empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos.** 4 ed. Rio de Janeiro: Reichmann& Affonso, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GILLES, Pierre Weil. **A nova Ética.** 2 ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1994.

INSTITUTO DE ETICA NOS NEGOCIOS. Disponível em: <http://www.eticanosnegocios.org.br/2011/>Acesso: 03/10/2014

LYRA, WalkyriaCozzi. A importância do código de ética no ambiente empresarial. Disponível em: <http://virtual.unimonte.br/leitura.asp?tipo=4&id=6415>. Acessado em: 03/10/2014.

LISBOA, Plácido Lázaro. **Ética Geral e Profissional em Contabilidade.** São Paulo: Saraiva, 1996.

MOREIRA, Luís Fernando. A respeito de ética e finanças. **Revista de Administração Eletrônica**, v. 1, n. 2, jul.-dez./2002.

MOREIRA, Joaquim Magalhães. A ética empresarial no Brasil. São Paulo: Pioneira, 1999. P, 28.

RONCONI, Diego Richard. **Os códigos de ética e disciplina empresariais e seu impacto na dinâmica da sociedade e na cidadania empresarial.** Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=5530>. Acessado em: 03/10/2014

SÁ, Antonio Lopes de. **Ética profissional.** São Paulo: Atlas, 2007.

SOUZA. Márcia Cristina Gonçalves de. Ética no ambiente do trabalho. <http://www.eticaempresarial.com.br/>Acesso: 03/10/2014

SROUR, Robert Henry. Ética empresarial sem moralismo. **Revista de Administração**, São Paulo, v.29, n.3, p. 3 - 22, Jul./Set., 1994.

VALLS, Alm. **O Que é a Ética**. São Paulo: Brasilense. 1998.

VÁSQUEZ, Adolfo Sanchez. **Ética**. 18 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.