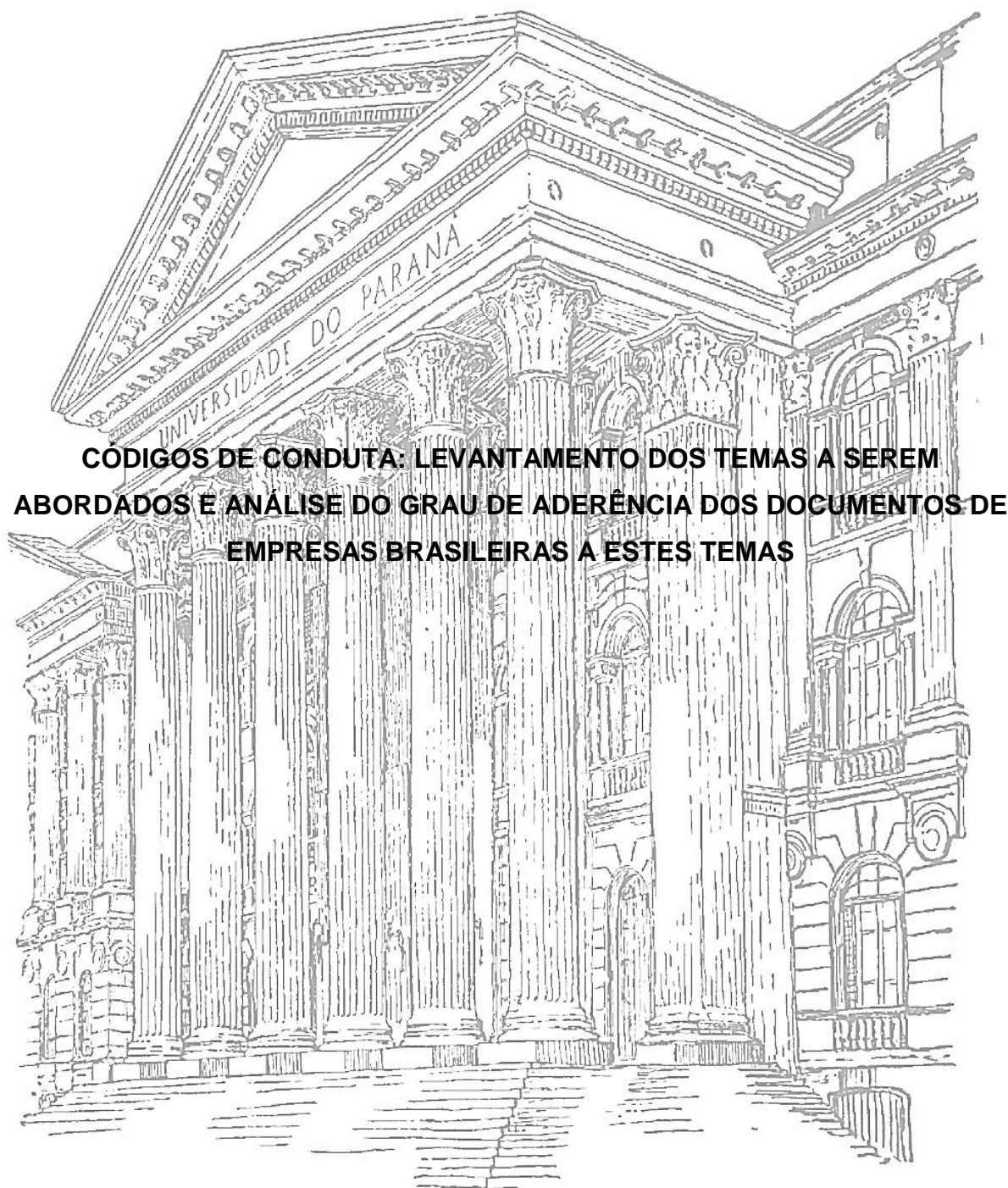


UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

FLAVIA RAFAELLI BONTORIN



**CÓDIGOS DE CONDUTA: LEVANTAMENTO DOS TEMAS A SEREM
ABORDADOS E ANÁLISE DO GRAU DE ADERÊNCIA DOS DOCUMENTOS DE
EMPRESAS BRASILEIRAS A ESTES TEMAS**

CURITIBA

2016

FLAVIA RAFAELLI BONTORIN

**CÓDIGOS DE CONDUTA: LEVANTAMENTO DOS TEMAS A SEREM
ABORDADOS E ANÁLISE DO GRAU DE ADERÊNCIA DOS DOCUMENTOS DE
EMPRESAS BRASILEIRAS A ESTES TEMAS**

Monografia apresentada como requisito parcial à
obtenção do grau de Especialista, no Curso de
Pós-Graduação em Inteligência de Negócios,
Setor de Ciências Sociais Aplicadas, da
Universidade Federal do Paraná

Orientador: Prof. Dr. Marcos Wagner da Fonseca

CURITIBA

2016

TERMO DE APROVAÇÃO

FLAVIA RAFAELLI BONTORIN

CÓDIGOS DE CONDUTA: LEVANTAMENTO DOS TEMAS A SEREM
ABORDADOS E ANÁLISE DO GRAU DE ADERÊNCIA DOS DOCUMENTOS DE
EMPRESAS BRASILEIRAS A ESTES TEMAS

Monografia apresentada como requisito parcial à para obtenção do grau de Especialista no Curso de Inteligência de Negócios, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal do Paraná, para a seguinte banca examinadora:

Orientador

Prof. Dr. Marcos Wagner da Fonseca
Departamento Ciências Sociais Aplicadas - UFPR

Curitiba, ____ de _____ de 2016.

RESUMO

Com o advento da Lei nº 12.846 (também conhecida por Lei Anticorrupção) e do Decreto 8.420/2015, diversas empresas foram motivadas a implantar mecanismos e procedimentos anticorrupção em suas rotinas. Com isso, muitas empresas optaram por adotar Códigos de Conduta como forma de se defender de comportamentos antiéticos. Desta forma, considerando esta tendência da implantação de Códigos de Conduta pelas empresas brasileiras, esse estudo teve como objetivo analisar o conteúdo dos Códigos de Conduta de uma amostra de empresas que atuam no Brasil, e posteriormente verificar a aderência destes a alguns temas considerados por estudiosos como essenciais de serem abordados neste tipo de documento. Como resultado deste trabalho, foi possível observar que as empresas analisadas demonstram preocupação com o bem-estar físico e emocional de seus empregados, com o cumprimento dos procedimentos operacionais estabelecidos pela empresa e com o atendimento à legislação aplicável.

Palavras-chave: Código de Conduta. Lei Anticorrupção. Programa de Integridade.

ABSTRACT

With the enactment of Brazilian Law No. 12,846 (also known as Anti-Corruption Law) and Brazilian Decree 8.420/2015, several companies were motivated to implement anti-corruption mechanisms and procedures in their routines. Thus, many companies have chosen to adopt codes of conduct as a way to defend itself against unethical behavior. Considering the trend of the implementation of codes of conduct by Brazilian companies, this study aimed to analyze the content of codes of conduct of a sample of companies operating in Brazil, and then verify the adherence of these with some issues considered by scholars as essential to be addressed in this document type. As a result of this study, it was observed that the companies analyzed show concern for the physical and emotional well-being of its employees, with the accomplishment of the operational procedures established by the company and with the respect for the applicable laws.

Keywords: Code of Conduct. Anti-corruption Law. Compliance Program.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 -	ESCÂNDALOS PÚBLICOS EM DECORRÊNCIA DE ATITUDES ANTIÉTICAS.....	13
QUADRO 2 -	DESCRIÇÃO E A FREQUÊNCIA DOS TEMAS ABORDADOS.....	17
QUADRO 3 -	TEMAS INDISPENSÁVEIS EM CÓDIGOS DE CONDUTA SEGREGADOS POR ASPECTO.....	19
QUADRO 4 -	EMPRESAS SELECIONADAS	20
QUADRO 5 -	ADERÊNCIA DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS AOS ITENS DO ASPECTO RELACIONAL.....	21
QUADRO 6 -	ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “RELACIONAMENTO COM ACIONISTAS/INVESTIDORES” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS	22
QUADRO 7 -	ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “RELACIONAMENTO COM CLIENTES” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.....	23
QUADRO 8 -	ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.....	24
QUADRO 9 -	ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “RELACIONAMENTO COM A CONCORRÊNCIA” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.....	25
QUADRO 10 -	ADERÊNCIA DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS AOS ITENS DO ASPECTO HUMANO.....	28
QUADRO 11 -	ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “RELACIONAMENTO ENTRE COLABORADORES” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.....	29
QUADRO 12 -	ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “ASSÉDIO MORAL E SEXUAL” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.....	29
QUADRO 13 -	ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “DISCRIMINAÇÃO” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.....	30
QUADRO 14 -	ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “SAÚDE E SEGURANÇA” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.....	31

QUADRO 15 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “ALCOOLISMO E USO DE DROGAS” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.	32
QUADRO 16 - ADERÊNCIA DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS AOS ITENS DO ASPECTO ECONÔMICO.	34
QUADRO 17 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “PATRIMÔNIO FÍSICO” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.	35
QUADRO 18 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “PROPRIEDADE INTELECTUAL” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS. ...	35
QUADRO 19 - DEFINIÇÃO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL DE ACORDO COM OS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.	36
QUADRO 20 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “CONFLITOS DE INTERESSE” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.	38
QUADRO 21 - ADERÊNCIA DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS AOS ITENS DO ASPECTO OPERACIONAL.	40
QUADRO 22 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “BRINDES E PRESENTES” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.	41
QUADRO 23 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “ENTRETENIMENTO E VIAGENS” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.	41
QUADRO 24 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “ENTRETENIMENTO E VIAGENS” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.	42
QUADRO 25 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “INFORMAÇÃO PRIVILEGIADA” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS. ...	43
QUADRO 26 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “USO ADEQUADO DAS FERRAMENTAS DE TI” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.	44
QUADRO 27 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “CONTRIBUIÇÕES POLÍTICAS” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.	46
QUADRO 28 - DEPARTAMENTO RESPONSÁVEL POR RECEBER DEMANDAS DE COMUNICAÇÃO POR EMPRESA.	46
QUADRO 29 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “COMUNICAÇÃO COM A IMPRENSA” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.	47
QUADRO 30 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “CUIDADOS COM O MEIO AMBIENTE” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.	48

QUADRO 31 - ADERÊNCIA DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS AOS ITENS DO ASPECTO LEGAL.....	48
QUADRO 32 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “INTEGRIDADE DOS REGISTROS CONTÁBEIS” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.....	49
QUADRO 33 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “BANIMENTO A PRÁTICAS DE SUBORNO E CORRUPÇÃO” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.	51

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
2	REVISÃO DE LITERATURA.....	11
2.1	ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES	11
2.2	O CÓDIGO DE CONDUTA EMPRESARIAL.....	15
3	METODOLOGIA.....	19
4	APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	21
4.1	ASPECTO RELACIONAL	21
4.2	ASPECTO HUMANO	28
4.3	ASPECTO ECONÔMICO	33
4.4	ASPECTO OPERACIONAL	39
4.5	ASPECTO LEGAL	48
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
5.1	RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS.....	53
	REFERENCIAS.....	54

1 INTRODUÇÃO

Como tentativa de resposta ao crescente número de escândalos de corrupção no Brasil, em 1º de agosto de 2013 o Congresso Nacional publicou a Lei nº 12.846 (também conhecida por Lei Anticorrupção ou Lei da Empresa Limpa), que prevê a responsabilização objetiva, no âmbito civil e administrativo, de empresas que praticam atos lesivos contra a administração pública nacional ou estrangeira.

Desta forma, o ato de prometer, oferecer ou dar vantagem indevida a funcionário público estrangeiro em benefício ou interesse de determinada pessoa jurídica poderá resultar em imposição de penalidades para a empresa. Dentre as penalidades, destacam-se: aplicação de multas, publicação extraordinária de decisão condenatória, apreensão de bens, suspensão ou interdição parcial das atividades, proibição do recebimento de empréstimos, subsídios e outros benefícios do poder público ou, excepcionalmente, dissolução compulsória.

Apesar do forte caráter punitivo, a Lei Anticorrupção traz incentivos para as empresas que possuam o chamado Programa de Integridade (mecanismos e procedimentos de combate a corrupção) com possibilidade de atenuação da multa aplicada.

Em 18 de março de 2015, foi publicado o Decreto nº 8.420, com o objetivo de regulamentar diversos aspectos da Lei Anticorrupção, entre eles, os parâmetros para a avaliação dos Programas de Integridade.

De acordo com o disposto no Decreto nº 8.420/2015, um Programa de Integridade consiste:

No conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e na aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta, políticas e diretrizes com objetivo de detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a administração pública, nacional ou estrangeira. (BRASIL, 2015).

Para que seja possível a atenuação da multa devido ao não cumprimento da Lei Anticorrupção, a empresa deverá comprovar que possui um Programa de Integridade “estruturado, aplicado e atualizado [...], visando garantir sua efetividade” (BRASIL, 2015).

Dentre os diversos parâmetros para a avaliação de um Programa de Integridade estabelecidos no Decreto nº 8.420/2015, destaca-se a existência de

padrões de conduta, código de ética, políticas e procedimentos de integridade, aplicáveis a todos os empregados e administradores, independentemente de cargo ou função exercido, e estendidos, quando necessário, a terceiros, tais como, fornecedores, prestadores de serviço, agentes intermediários e associados.

A aprovação da Lei Anticorrupção e do Decreto 8.420/2015 despertou grande interesse e atenção do setor empresarial brasileiro (SIMÃO et al., 2015), e desde então diversas empresas buscaram implantar mecanismos e procedimentos anticorrupção em suas rotinas. Com isso, muitas empresas adotaram Códigos de Conduta como forma de se defender de comportamentos antiéticos.

Desta forma, considerando esta tendência da implantação de Códigos de Conduta pelas empresas brasileiras, este trabalho procura responder os seguintes questionamentos: (a) quais os temas essenciais a serem abordados em um Código de Conduta Empresarial?; e (b) qual o grau de adesão dos Códigos de Conduta das empresas brasileiras a estes elementos? Para responder a estes questionamentos, serão analisados o conteúdo de dez Códigos de Conduta de empresas que atuam no Brasil.

Diante do exposto, este artigo tem como objetivo geral identificar os elementos que devem ser abordados em um Código de Conduta Empresarial e analisar o grau de adesão dos Códigos de Conduta das empresas que atuam no Brasil a estes elementos. Como objetivos específicos, destacam-se: (a) definir, a partir de revisão teórica, os conceitos de Ética e Código de Conduta Empresarial; (b) definir, a partir de revisão teórica, a importância dos Códigos de Conduta para as empresas; (c) analisar, a partir de revisão teórica, os temas essenciais a serem abordados em um Código de Conduta; (d) desenvolver uma tabela contendo os temas indispensáveis de serem tratados em Códigos de Conduta; (e) analisar Códigos de Conduta de dez empresas privadas brasileiras; (f) comparar os temas abordados nestes Códigos de Conduta com os temas elencados na tabela.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Para uma melhor compreensão, a sessão de referencial teórico foi dividida em dois subitens. O primeiro abordará o tema ética nas organizações e o segundo o tema Código de Conduta Empresarial.

2.1 ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES

A palavra “ética” deriva grego, *ethos*, que em sua etimologia significa costume, modo de agir (PASSOS, 2004). Este conceito evoluiu na história, e hoje a ética pode ser considerada o conjunto de princípios e valores morais que norteiam a conduta humana na sociedade (SANTOS, 2015).

Pai (2008) define ética como sendo um conjunto de regras e princípios que procuram classificar a conduta humana como correta ou equivocada. Da mesma forma, Waideman (2003) aponta a ética como o processo consciente de escolha entre vícios e virtudes, entre o bem e o mal. Para Arruda (2002), ética significa pensar e agir bem.

A ética varia de acordo com a sociedade, época, conceitos e até conforme o grupo em que os indivíduos participam (SANTOS, 2015). De acordo com Ventura et al. (2011), a ética representa a “operação” do sistema de moral da sociedade, e assim, deve variar no tempo e no espaço geográfico. Desta forma, sociedades diferentes apresentam condutas éticas diferentes. O mesmo ocorre com a ética empresarial, que é reflexo da sociedade, dos produtos comercializados, da cultura interna e de outros fatores que compõem o ambiente organizacional (SANTOS, 2015).

A ética empresarial teve uma crescente valorização a partir dos anos 50, iniciando-se nos Estados Unidos e, depois, na Europa e no resto do mundo, adquirindo força principalmente após escândalos de corrupção, como os casos *Watergate*, *Lockheed* e *Gulq Oil* (LOVISON; PETROLL, 2010).

Na década de 60 algumas universidades americanas começaram a ministrar cursos de ética aplicada aos negócios. Nessa mesma época, iniciaram-se debates, especialmente nos países europeus, com o intuito de elevar o trabalhador à condição de participante dos Conselhos de Administração das Organizações,

objetivando aumentar o nível de transparência das relações desenvolvidas pelas empresas (ARRUDA et al., 2009).

Nos anos 70 as multinacionais americanas e europeias começaram a se expandir, criando filiais em todos os continentes e conseqüentemente provocando uma série de conflitos devido aos padrões de ética das matrizes se chocarem com os das filiais. Este fato incentivou a criação dos primeiros códigos de ética corporativos (ARRUDA et al., 2009). Ainda neste período, temas como a defesa do consumidor, a propaganda enganosa e a proteção ao meio ambiente tomam impulso nos debates éticos (SOARES, 2005).

A partir dos anos 80, tanto nos Estados Unidos como na Europa, professores universitários se dedicaram ao ensino da ética empresarial nas Faculdades de Administração e em Programas de *Master os Business Administration* (MBA). Neste contexto, surgiram os primeiros periódicos especializados no tema, como o *Journal of Business Ethics* (LUCCA, 2009 apud BERTONCINI; KLOSS, 2012).

Na década de 90 diversas mudanças ocorrem no âmbito social, econômico e político das organizações, pressionando-as a utilizar ferramentas com o objetivo de acompanhar, avaliar, medir e prestar contas a outros grupos de stakeholders dos aspectos éticos relacionados ao meio ambiente (ANDRADE; DIAS, 2003 apud SOARES, 2005). Esta mesma década é marcada por conflitos de interesses que levaram diversas empresas tidas como solidas ao declínio por litígios (PASSOS, 2004).

Neste período, surgem diversas instituições dedicadas à ética empresarial, como a *Society for Business Ethics* nos EUA, a *European Business Ethics Network*, a *International Society for Business, Economics and Ethics* (IBEE), a *Asociación Latinoamericana de Ética, Negócio y Economía* (ALENE) e o *Instituto Ethos*, no Brasil, entre outras tantas (PAI, 2008).

Em 1992, por sugestão do Ministério da Educação e Cultura (MEC), todas as instituições de ensino ofertantes de cursos de administração e economia no Brasil incluíram em seus currículos a disciplina de ética empresarial (ARRUDA et al., 2009).

A partir do ano 2000, alguns temas específicos se tornaram foco da preocupação internacional, como corrupção, formação ética dos líderes empresariais e as responsabilidades corporativas, tornando-se necessário que os gestores

passassem a perceber a importância das questões morais e não apenas daquelas relacionadas às técnicas de gestão (SOARES, 2005).

De acordo com Costa Filho (2002), diversos fatores justificam o aumento da importância da ética para as empresas nas últimas décadas, entre eles: a) a evolução do mercado internacional e desenvolvimento do poder estratégico das empresas; b) a globalização da competência, com o surgimento de pequenas e grandes empresas com considerável capacidade estratégica; o incremento e internacionalização do poder privado sobre economias e até mesmo estados; d) a aceleração de progressos técnicos com novos processos e produtos; e) a aparição de grandes conflitos envolvendo empresas, trabalhadores, comunidades e Estados.

Segundo Srour (2000), uma das razões para a ética ter se tornado um imperativo no universo empresarial é o fato de que “escândalos vieram à tona em virtude do desenvolvimento de uma mídia plural e dedicada à investigação”. Com isso, atos considerados imorais ou inidôneos pela coletividade deixaram de ser encobertos e tolerados (SROUR, 2000). Moreira (1999 apud SILVA; GOMES, 2008), cita que nos tempos atuais o comportamento ético por parte da empresa é esperado e exigido pela sociedade, e o único lucro moralmente aceitável é aquele obtido de forma ética.

Passos (2004) cita que sempre houve uma propensão de se acreditar que ética e negócios não combinam, principalmente pelo fato das empresas virem historicamente seguindo orientações inspiradas em valores econômicos, que as tem feito agir sem escrúpulos na ânsia pelo lucro desmedido e a qualquer preço.

QUADRO 1 - ESCÂNDALOS PÚBLICOS EM DECORRÊNCIA DE ATITUDES ANTIÉTICAS

Ano	Empresa	País	Descrição
2001	Enron Corporation	Estados Unidos	Investigações revelaram a manipulação dos balanços financeiros da Enron com a ajuda de empresas e bancos, ocultando dívidas no valor de US\$ 25 bilhões por dois anos consecutivos, fazendo com que seus lucros fossem inflados artificialmente. Alvo de diversas denúncias de fraudes contábeis e fiscais e com uma dívida de US\$ 13 bilhões, o grupo pediu concordata em dezembro de 2001 e arrastou consigo a Arthur Andersen, que fazia a sua auditoria.
2002	WorldCom Inc.	Estados Unidos	Mais conhecida como Xerox, o escândalo da WorldCom Inc. é considerado a maior fraude da história corporativa dos Estados Unidos, e se deu pela falta de transparência de seus demonstrativos contábeis aos investidores e à sociedade em geral.

Ano	Empresa	País	Descrição
2003	Parmalat	Itália	Investigações detectaram fraudes na contabilidade da organização. Ao ser descoberta, o fundador da Parmalat deixou a Itália, após o desaparecimento de US\$ 8,7 bilhões da contabilidade do oitavo maior grupo empresarial italiano.
2010	Panamericano	Brasil	Foi descoberta fraude contábil e manipulação de valores num total de R\$ 4,3 bilhões. O Ministério Público Federal denunciou 14 ex-diretores e três ex-funcionários do Banco Panamericano por crime contra o sistema financeiro nacional, acusados de fraudar a contabilidade entre os anos de 2007 e 2010, aumentando o resultado positivo dos balanços do banco em pelo menos R\$ 3,8 bilhões, de forma irregular.
2013	Siemens	Brasil	A empresa alemã denunciou ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) suposta fraude e cartel em licitação para compra de trens. O superfaturamento de cartel de trens chega a R\$ 577 milhões.

Fonte: elaborado pela autora com base em Negrão e Pontelo (2014, p. 34 - 36)

De acordo com Aguilar (1996, p.11):

A observância da ética empresarial pode custar dinheiro, a perda de vendas para competidores menos escrupulosos, o desperdício de tempo e energia, além de causar descontentamento onde antes ele não existia e dar expectativas irrealistas sobre como a empresa deve ou não funcionar.

Em contrapartida, o autor adverte que o custo da conduta antiética pode resultar em penalidades legais, notícias desfavoráveis na imprensa, prejuízos nas relações com clientes e no dilaceramento do espírito organizacional (AGUILAR, 1996).

Passos (2004, p.70) acrescenta que:

A falta de ética gera insegurança, pois as pessoas passam a achar que poderão ser a próxima vítima; comete injustiças, fazendo respingar em pessoas honestas e íntegras consequências dos atos antiéticos praticados por indivíduos de conduta duvidosa; gera ressentimentos, apreensão e descontentamentos, situações que solapam o respeito mútuo, a confiança e o bom funcionamento da empresa.

De acordo com Srour (2000), escândalos advindos de condutas antiéticas podem gerar altos custos: multas elevadas, quebra de rotinas, baixo moral dos empregados, aumento da rotatividade, dificuldade no recrutamento de profissionais qualificados, fraudes internas e perda da confiança pública na reputação da empresa.

Em um primeiro momento, os benefícios da conduta ética aparentam ser pouco quantificáveis (BRITTO, 2014), mas o comportamento ético recompensa a empresa ao fortalecer a sua imagem perante investidores e comunidade, ao atrair talentos e manter satisfeitos os atuais funcionários e ao permitir ampliar os negócios com clientes que compartilham da mesma cultura (SOARES, 2005).

Passos (2004) destaca que um bom clima ético no ambiente empresarial gera confiança, facilita que novas experiências sejam vivenciadas e riscos sejam enfrentados de forma corajosa. A ética empresarial ajuda a enfrentar problemas, a resolve-los e a evitar que outros ocorram.

Estudos empíricos mostram que empresas que possuem suas estratégias de negócios em sólidos fundamentos éticos possuem mais potencial de lucros que as unicamente voltadas a alcançar esses lucros (ARJOON; SURENDA apud ARRUDA, 2002).

2.2 O CÓDIGO DE CONDUTA EMPRESARIAL

Podendo também ser denominado código de ética, código de conduta ética e código de conduta moral, o código de conduta tem se mostrado uma ferramenta válida para auxiliar as empresas que se propõe a conduzir seus negócios de forma ética (AZEVEDO et al., 2014).

De acordo com o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC, (2015, p. 93), “o código de conduta tem por finalidade promover princípios éticos e refletir a identidade e a cultura organizacionais, fundamentado em responsabilidade, respeito, ética e considerações de ordem social e ambiental”.

Para o Instituto Ethos (2000, p.7), o código de conduta “é um instrumento de realização da visão e missão da empresa, que orienta suas ações e explicita sua postura social a todos com quem mantém relações”.

Negrão e Pontelo (2014, p. 73) definem o código de conduta como:

O conjunto de políticas, diretrizes e procedimentos ou práticas, conforme a organização, abrangendo os campos mais vulneráveis, geralmente consolidado em um manual de forma clara e objetiva, com divulgação adequada entre os *stakeholders*.

De início, os códigos de conduta surgiram nas organizações com o objetivo de disciplinar a conduta dos funcionários e constituir instrumento de punição rápida às transgressões de conduta (MENDES; LUCIO, 2013). Por este motivo, os códigos de conduta são comumente conhecidos como um conjunto de diretrizes e convenções formais em sua maioria de caráter proibitivo (INSTITUTO ETHOS, 2000), que focam no cumprimento - pelo empregado - de regulamentos destinados a proteger a empresa, dando pouca importância às obrigações dela com seu pessoal ou com outras partes interessadas (AGUILAR, 1996). Com o passar do tempo este perfil mudou, e atualmente os códigos incorporaram a necessidade de vincular-se à cultura organizacional das empresas que os desenvolveram (MENDES; LUCIO, 2013).

A elaboração do código de conduta deve acontecer dentro da própria organização (NEGRÃO, PONTELO; 2014), de preferência com o envolvimento dos interlocutores com os quais a empresa se relaciona (INSTITUTO ETHOS, 2000). A empresa pode tomar como base as diretrizes de outras organizações, mas não em sua totalidade, pois não irá refletir as suas vontades e cultura (INSTITUTO ETHOS, 2000).

Ao elaborar um código de conduta, deve ser levado em consideração o conjunto de relacionamentos internos e externos que a empresa mantém, por exemplo: administradores, direção e funcionários; acionistas; clientes; fornecedores; concorrentes; organismos governamentais; esferas políticas; comunidade; meio ambiente; etc. (INSTITUTO ETHOS, 2000).

Para o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (2015), o código de conduta deve “fomentar a transparência, disciplinar as relações internas e externas da organização, administrar conflitos de interesses, proteger o patrimônio físico e intelectual e consolidar as boas práticas de governança corporativa”.

Para Negrão e Pontelo (2014), o código deve abordar assuntos como: respeito à imagem da organização, respeito à legislação, conflitos de interesses, proteção ao patrimônio da organização, transparência nas comunicações internas e externas da organização, denúncia, banimento à prática de suborno e corrupção em geral.

Em estudo realizado por Arruda (2002, p.5), constatou-se que os tópicos predominantes nos códigos de ética são: respeito às leis do país, conflitos de interesse, respeito entre chefes e subordinados, transparência nas comunicações

internas e com os stakeholders da organização, práticas de suborno e corrupção em geral, entretenimento e viagem, propriedade de informação, contratos com o governo, assédio profissional e sexual, alcoolismo e uso de drogas.

Silva e Gomes (2008) realizaram um estudo a respeito dos temas mais abordados em códigos de conduta de empresas internacionalizadas. Para este estudo, foram avaliados e analisados códigos de conduta de doze empresas. A partir desta análise, os autores elaboraram um quadro com a descrição e a frequência dos temas abordados, conforme imagem abaixo:

QUADRO 2 - DESCRIÇÃO E A FREQUÊNCIA DOS TEMAS ABORDADOS

Alta (12-10)	Médio (9-7)	Baixa (6-4)	Muito Baixa (3-1)
Relacionamento com clientes	Empregados – Segurança	Empregados – Saúde	Segurança do produto
Relacionamento com fornecedores	Relacionamento – Assédio sexual/moral	Empregados – Álcool e drogas	Propaganda dos produtos
Discriminação	Relacionamento com o governo	Relacionamento com sindicatos	Direitos autorais sobre invenções
Relacionamento com investidores	Relacionamento com concorrentes	Negócios internacionais	
Meio Ambiente	Relacionamento com a comunidade	Qualidade do produto	
Recebimento de presentes e brindes	Relacionamento com a imprensa	Contribuições Políticas	
Conflito de interesses	Oferecimento de presentes e brindes	Informações comerciais e industriais	
Informação Privilegiada	Uso das ferramentas de TI	Integridade dos registros contábeis	
	Uso de outros ativos da companhia		

FONTE: SILVA E GOMES (2008)

A existência de um código de conduta “conhecido e respeitado na empresa tem reflexos positivos na cultura organizacional, uma vez que incentiva a participação, a responsabilidade, o compromisso, a busca da qualidade, além de reduzir os conflitos internos e externos” (COSTA FILHO, 2002, p. 105). Para o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC, 2015), “a criação e o cumprimento de um código de conduta eleva o nível de confiança interno e externo na organização e, como resultado, o valor de dois de seus ativos mais importantes: sua reputação e imagem”. De acordo com o Instituto Ethos (2000), alguns benefícios alcançados a partir da implementação de um código de conduta empresarial são:

aumento da produtividade, eficácia dos serviços, qualidade de atendimento, eficiência administrativa, conformidade com a lei e o respeito básico aos direitos humanos.

3 METODOLOGIA

De acordo com as definições propostas por Gil (1991) pode-se classificar a metodologia do trabalho como sendo descritiva, com base em seus objetivos gerais, pois a pesquisa descreve as características de determinada população ou fenômeno e busca estabelecer relações entre variáveis. De acordo com Ramos et al (2005) trata-se de uma pesquisa: qualitativa, pois pretende verificar a relação da realidade com o objeto de estudo, obtendo várias interpretações de uma análise indutiva por parte do pesquisador; e básica, pois a pesquisa está sendo conduzida para a aquisição de novos conhecimentos para a ciência, sem ênfase em aplicação prática. De acordo com Marconi e Lakatos (2005) tem-se que a pesquisa é classificada como documental com base nos procedimentos técnicos utilizados, pois foi realizada a partir de bibliografias já publicadas em forma de livros, revistas científicas, periódicos e etc. e através de documentos de arquivos públicos em geral (Códigos de Conduta).

A partir da pesquisa bibliográfica realizada foi possível avaliar e classificar os temas que, de acordo com os autores pesquisados, devem ser abordados em Códigos de Conduta Empresariais. Estes assuntos foram divididos e organizados entre cinco diferentes aspectos: Humano, Econômico, Legal, Operacional e Relacional.

QUADRO 3 - TEMAS INDISPENSÁVEIS EM CÓDIGOS DE CONDUTA SEGREGADOS POR ASPECTO

RELACIONAL	HUMANO	ECONÔMICO	OPERACIONAL	LEGAL
Acionistas / Investidores	Respeito entre colaboradores	Patrimônio físico	Brindes e presentes	Integridade dos registros contábeis
Clientes	Assédio moral e sexual	Propriedade intelectual	Entretenimento e viagens	Banimento a práticas de suborno e corrupção
Fornecedores	Discriminação	Imagem da organização	Informação privilegiada	
Concorrentes	Saúde e segurança	Conflitos de interesse	Uso adequado das ferramentas de TI	
Comunidade	Alcoolismo e uso de drogas		Contribuições políticas	
Sindicatos			Comunicação com a Imprensa	
			Meio Ambiente	

Fonte: Elaborado pela autora.

Tomando como base os temas elencados no Quadro 3, foram analisados Códigos de Conduta de dez empresas que atuam no Brasil com o objetivo de compreender se esses códigos abordam os temas selecionados.

A seleção dos Códigos de Conduta foi feita com base no “*Ranking Melhores e Maiores 2016*”, elaborado pela Revista Exame a partir da avaliação dos dados de mais de 3.000 empresas. Neste ranking são expostas as 500 maiores empresas que atuam no Brasil classificadas de acordo com o seu faturamento. A fim de facilitar a obtenção dos Códigos de Conduta, foram analisadas apenas as empresas que apresentassem este documento disponível na internet. São elas:

QUADRO 4 - EMPRESAS SELECIONADAS

NÚMERO	EMPRESA	DOCUMENTO ANALISADO
1	Petrobrás	Guia de Conduta da Petrobrás
2	Ipiranga	Código de Ética – Ultra ¹
3	Raízen	Código de Conduta
4	Vale	Código de Ética e Conduta
5	Braskem	Código de Conduta
6	Claro	Código de Ética – América Móvil ²
7	Cargill	Nossos Princípios Éticos
8	Bunge	Código de Conduta
9	JBS	Manual de Conduta Ética
10	BRF	Manual de Transparência

Fonte: Elaborado pela autora.

Para fins de análise, apesar de cada empresa possuir uma nomenclatura específica para os documentos analisados, todos serão considerados Códigos de Conduta.

¹ Código de Ética – Ultra: A empresa Ipiranga pertence ao Grupo Ultra, e responde ao Código de Ética deste.

² Código de Ética – América Móvil: A empresa Claro pertence ao Grupo America Móvil, e responde ao Código de Conduta deste.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

4.1 ASPECTO RELACIONAL

O aspecto relacional contempla os temas que tratam das condutas esperadas no relacionamento com os públicos com os quais a empresa interage. Foram classificados neste aspecto os itens: (a) Relacionamento com acionistas/investidores; (b) Relacionamento com clientes; (c) Relacionamento com fornecedores; (d) Relacionamento com concorrentes; (e) Relacionamento com a comunidade; e (f) Relacionamento com sindicatos.

Os temas que tratam do relacionamento com os fornecedores e com a comunidade foram os únicos abordados em todos os Códigos de Conduta analisados. O relacionamento com a concorrência esteve presente em 90% dos documentos avaliados, não sendo tratado apenas no Guia de Conduta da Petrobrás. O tema “relacionamento com o cliente” não foi identificado no Manual de Conduta Ética da JBS e no Manual de Transparência da BRF. Apenas quatro dos dez documentos analisados continham orientações sobre o relacionamento com acionistas e investidores. Por fim, o item relacionamento com sindicatos não foi identificado em nenhum dos Códigos de Conduta analisados.

QUADRO 5 - ADERÊNCIA DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS AOS ITENS DO ASPECTO RELACIONAL.

Empresa Item	Petrobrás	Ipiranga	Raizen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF	Aderência por Tema
Acionistas / Investidores		X		X	X	X					40%
Clientes	X	X	X	X	X	X	X	X			80%
Fornecedores	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
Concorrentes		X	X	X	X	X	X	X	X	X	90%
Comunidade	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
Sindicatos											0%
Aderência por empresa	50%	83%	67%	83%	83%	83%	67%	67%	50%	50%	-

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

O tema “relacionamento com acionistas/investidores” foi identificado em apenas 40% dos Códigos de Conduta analisados. Os documentos das empresas Vale e Claro destacam o bom relacionamento que os funcionários devem manter com os acionistas/investidores da empresa. O Código de Conduta da empresa Ipiranga (ULTRA, 2014) informa sobre o alinhamento entre os interesses da empresa e seus acionistas/investidores. Verifica-se ainda uma diretriz que estabelece a adoção de práticas de comunicação rotineiras e oportunas aos questionamentos e perguntas realizados por acionistas/investidores, presentes nos Códigos das empresas Ipiranga, Braskem e Claro.

QUADRO 6 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “RELACIONAMENTO COM ACIONISTAS/INVESTIDORES” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Manter um relacionamento saudável com os acionistas/investidores.				X		X				
Atender e resolver todas as perguntas e questionamentos de acionistas/investidores, e proporcionar-lhes oportunamente toda a informação à que têm direito.		X			X	X				
A empresa adota políticas e práticas que promovam o alinhamento entre os seus interesses e os interesses dos acionistas/investidores.		X								

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Com relação ao tema “relacionamento com clientes”, percebe-se pela análise realizada que 80% das empresas possuem diretrizes em seus Códigos de Conduta que abordam o tema. As empresas Ipiranga, Raízen, Vale, Braskem, Claro, Cargill e Bunge possuem orientações em seus Códigos relacionadas ao trato com os clientes e a importância da entrega de produtos/serviços de qualidade e dentro do prazo acordado, enquanto o Guia de Conduta da Petrobrás (2014) contém instruções direcionadas sobre como se relacionar com clientes pessoa jurídica.

QUADRO 7 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “RELACIONAMENTO COM CLIENTES” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raizen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Os funcionários devem ter como princípio básico servir ao cliente.		X			X	X				
Os funcionários devem trabalhar para garantir ao cliente um produto/serviço final de qualidade e entregue dentro do prazo acordado.		X			X	X	X			
Os clientes devem ser tratados de forma ética, justa e em conformidade com todas as leis.			X	X		X		X		
As declarações sobre produtos e serviços devem ser reais e completas.		X					X	X		
A empresa mantém relacionamento apenas com clientes respeitáveis, que utilizem recursos financeiros decorrentes de atividades legais.			X							
Ao visitar clientes PJ por motivos de ordem técnica ou comercial, o funcionário deve fazê-lo com a devida autorização do superior hierárquico, acompanhado de pelo menos mais um empregado.	X									
O funcionário não deve prestar qualquer tipo de assessoramento ou auxílio profissional a clientes, exceto quando previsto em contrato.	X									
O funcionário não deve insistir para que um cliente adquira um produto ou serviço de que não precise, e menos ainda impô-lo como condição para a venda ou fornecimento do produto ou serviço originalmente solicitado.						X				

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Com relação ao tema “relacionamento com fornecedores”, foram identificados posicionamentos variados na análise realizada. No entanto, o assunto mais citado, presente em 90% dos Códigos analisados, trata da priorização do relacionamento com fornecedores que cumprem as leis e estão alinhados às orientações constantes no Código de Conduta da empresa contratante. Há ainda diretrizes relacionadas à transparência no processo de seleção e a determinação de critérios técnicos para a escolha de um fornecedor. Ao cumprir com estas diretrizes, o funcionário contribui para que ocorra um processo de contratação de fornecedores livre de conflito de interesses e favorecimento.

QUADRO 8 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto \ Empresa	Petrobrás	Ipiranga	Raizen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
A empresa procura fazer negócios com fornecedores que cumprem as leis aplicáveis e seguem princípios consistentes com os do Código de Conduta da empresa.	X	X	X		X	X	X	X	X	X
Mantemos políticas e práticas de seleção que garantam processos transparentes, honestos e justos para todos os envolvidos e, portanto, que jamais favoreçam um fornecedor, parceiro ou representante em detrimento dos demais.		X		X	X	X	X	X	X	
A empresa realiza uma seleção criteriosa de seus fornecedores, com base na qualidade de produtos e serviços, custo, confiabilidade, prazo e experiência, por exemplo.		X			X	X		X	X	X
O relacionamento com fornecedores deve ser baseado no espírito de parceria e comprometimento.		X		X			X		X	
A empresa não contrata fornecedores que contrate ou explore crianças ou utilize trabalho forçado.								X	X	X
A empresa procura estabelecer relações com fornecedores socialmente responsáveis.			X						X	X
Todo empregado que mantiver com um fornecedor algum tipo de relacionamento que possa constituir um conflito de interesses, deverá reportar de imediato essa situação.					X	X				
Não assumir qualquer atividade em empresas de fornecedores.	X	X								
Não realizar negociações particulares com fornecedores.		X								
Não solicitar aos fornecedores favores ou benefícios de qualquer natureza com o intuito de gerar benefícios pessoais, para a empresa ou para terceiros.		X								
A empresa colabora com as condições adequadas para que fornecedores desempenhem suas atividades de forma apropriada.	X									
Ao visitar qualquer fornecedor por motivos de ordem técnica ou comercial, fazê-lo com a devida autorização do superior hierárquico, acompanhado de pelo menos mais um empregado.	X									
A empresa mantém relacionamento com fornecedores respeitáveis, para fins comerciais legítimos e com recursos financeiros decorrentes de atividades legais.			X							
Em caso de impossibilidade de cumprir um contrato com fornecedor, o empregado deve trabalhar para encontrar uma solução e discutir as próximas etapas apropriadas, alterando ou encerrando adequadamente os contratos existentes, se necessário.							X			

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Com relação ao tema “relacionamento com a concorrência”, foram identificadas diretrizes que tratavam do assunto em 90% dos documentos analisados. Realizando uma análise mais detalhada do que cada Código abordava, verificou-se que oito empresas focaram no princípio de livre concorrência, enquanto a empresa JBS preferiu abordar a forma adequada de contato com empresas concorrentes.

QUADRO 9 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “RELACIONAMENTO COM A CONCORRÊNCIA” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
A empresa defende os princípios de livre iniciativa e livre concorrência.		X	X	X	X	X	X	X		X
A empresa não pratica atos de concorrência desleal.		X			X					X
A empresa respeita a reputação dos seus concorrentes.		X			X			X		
A empresa não faz acordos comerciais com concorrentes com a finalidade de combinar os preços, dividir clientes ou por qualquer outro meio limitar a concorrência.		X	X		X	X	X			X
Não é permitida a troca de informações ou contato com concorrentes para tratar de assuntos confidenciais ou estratégicos.					X	X	X		X	X
Ao buscar informações sobre concorrentes, agir de forma ética e honesta.							X		X	
Todos os funcionários devem participar de treinamentos relacionados às leis de defesa da concorrência.			X							
Não é permitido o contato com empresa competidora em violação da legislação concorrencial aplicável;				X						

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

O tema “relacionamento com a comunidade” foi abordado em todos os documentos analisados, embora apenas os Códigos de Conduta das empresas Petrobrás, Raízen, Braskem, Claro e Cargill tenham dedicado um item por completo em seus Códigos para tratar deste assunto. Através da análise realizada, percebe-se que algumas empresas dão um foco maior para a responsabilidade social, enquanto outras focam na prestação de serviços de qualidade e no cuidado com a sustentabilidade.

O Guia de Conduta da empresa Petrobrás (2014) informa que os seus funcionários devem “respeitar todos os grupos e indivíduos e seus valores e patrimônios culturais materiais e imateriais envolvidos direta ou indiretamente com as unidades e os empreendimentos da Petrobras”. Já o Código de Conduta da empresa Ipiranga (ULTRA, 2014) descreve “conduzimos nossos negócios com responsabilidade, integridade e zelo, sempre tendo em vista garantir a solidez e longevidade do Ultra. Seguimos essa diretriz sempre em sintonia com os preceitos de desenvolvimento social e de preservação do meio ambiente”.

O documento da empresa Raízen (2015) descreve com mais detalhes as diretrizes que tratam do tema relacionamento com a comunidade. A empresa informa realizar o mapeamento e acompanhamento dos impactos sociais e ambientais relacionados à sua atividade e busca realizar por meio da Fundação Raízen atividades de cunho social ligadas à educação, saúde, cultura e cidadania. Por fim, a Raízen (2015) determina que seus funcionários devem buscar, no exercício de suas atividades, a proteção dos recursos naturais e humanos das localidades em que a empresa está inserida.

A empresa Vale determina em seu Código de Ética e Conduta (2014) que seus funcionários devem ser diligentes e responsáveis na relação com os membros das comunidades, buscando sempre preservar a boa reputação, imagem e relações da empresa. Ademais, a empresa informa que:

Busca alcançar os seus objetivos empresariais com responsabilidade social corporativa, atuando de forma consciente e responsável sob os aspectos socioeconômico e ambiental de suas atividades e contribuindo para o desenvolvimento das comunidades em que atua, inclusive incentivando o exercício da cidadania. (VALE, 2014)

O Código de Conduta da Braskem (2014) informa que os seus funcionários comprem sua responsabilidade social por meio da prestação de bons serviços e do fornecimento de produtos de qualidade. O documento também faz referência à Fundação Odebrecht, que possui iniciativas que se orientam pelas Políticas de Sustentabilidade e de Comunicação.

O Código de Ética da empresa Claro (AMÉRICA MÓVIL, 2014) destaca que a empresa trabalha sempre em benefício do desenvolvimento sustentável das comunidades a quem serve, inclusive em áreas como a educação, o meio-ambiente, a saúde, o esporte, a arte e a cultura em geral.

A empresa Cargill, em seu documento denominado *Nossos Princípios Éticos*, descreve:

Aplicamos o nossos conhecimentos globais para ajudar a solucionar os desafios econômicos, ambientais, e sociais em comunidades na quais vivemos e trabalhamos. Ao trabalhar junto com uma ampla gama de parceiros públicos e privados, nossas pessoas e empresas contribuem com tempo, talento e recursos financeiros para ajudar a gerar um progresso mensurável contra as dificuldades que nenhuma organização pode vencer sozinha. Essa é uma parte importante do nosso compromisso de cidadania global responsável e, com essa finalidade, mantemo-nos em elevados padrões e incentivamos todos a fazerem o mesmo. (CARGILL, 2016).

O Código de Conduta Bunge (2014) informa apenas que a empresa está comprometida a melhorar o bem estar das comunidades onde opera, mas não cita como o faz. O Manual de Conduta Ética da JBS (2016) cita que a empresa dá grande importância à manutenção do bom relacionamento com as comunidades em torno dos negócios da JBS. A BRF (2015) por sua vez, em seu *Manual de Transparência*, entende que respeitando os direitos humanos, praticando o desenvolvimento sustentável e entregando produtos de qualidade é uma forma de cumprir com sua responsabilidade perante a comunidade.

Ao realizar a análise dos dez Códigos de Conduta selecionados, não foram identificadas orientações a respeito do comportamento esperado no relacionamento da empresa com os sindicatos em nenhum dos documentos analisados, tais como o respeito mútuo que deve existir no relacionamento entre ambos, buscando garantir os direitos dos funcionários. No entanto, o Código de Conduta da empresa Ipiranga (ULTRA, 2014) informa que a empresa cumpre com as convenções e acordos coletivos determinados pelos sindicatos. O Código de Conduta da Braskem (2014) determina que a empresa não adota posição política ou partidária e, portanto, deve ser preservada da ação sindical dos seus funcionários.

Apesar de não tratarem do relacionamento com sindicatos, os Códigos de Conduta das empresas Ipiranga (2014), Braskem (2014), Cargill (2016), JBS (2016) e BRF (2015) informam respeitar o direito de livre associação sindical de seus funcionários. A empresa Vale, por sua vez, informa em seu Código de Ética e Conduta (2014) que a empresa não tolera discriminação em função da condição de sindicalização.

4.2 ASPECTO HUMANO

O aspecto humano contempla os temas relacionados ao bem-estar físico e emocional dos colaboradores no ambiente de trabalho. Foram classificados neste aspecto os itens: (a) Respeito entre colaboradores; (b) Assédio moral e sexual; (c) Discriminação; (d) Saúde e segurança; e (e) Alcoolismo e uso de drogas.

Em análise aos Códigos de Conduta das dez empresas selecionadas, verificou-se que os temas patrimônio físico, imagem da organização e conflitos de interesse foram citados em todos os Códigos. Já o tema propriedade intelectual esteve presente em apenas 80% dos Códigos analisados.

QUADRO 10 - ADERÊNCIA DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS AOS ITENS DO ASPECTO HUMANO.

Empresa Item	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF	Aderência por tema
Respeito entre colaboradores	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
Assédio moral e sexual	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
Discriminação	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
Saúde e segurança	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
Alcoolismo e uso de drogas	X		X	X		X	X	X	X	X	80%
Aderência por empresa	100%	80%	100%	100%	80%	100%	100%	100%	100%	100%	-

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Todas as empresas analisadas demonstraram se preocupar com um ambiente em que há respeito entre os funcionários. Dentre os dez documentos analisados, oito continham diretrizes informando que a empresa zela por um ambiente de dignidade e respeito. Há ainda códigos que tratam do respeito pelas diferenças e a comunicação de forma respeitosa. O Código de Conduta da Braskem (2014) informa não admitir a intrusão na vida pessoal de seus funcionários.

QUADRO 11 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “RELACIONAMENTO ENTRE COLABORADORES” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raizen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
A empresa zela por um ambiente de dignidade e respeito.	X	X	X	X	X			X	X	X
Os funcionários devem demonstrar respeito pelas diferenças.	X	X					X	X		
A empresa não admite intrusão da vida pessoal de seus colaboradores.					X					
A comunicação entre funcionários deve ser feita de forma respeitosa.	X					X		X		

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Além do tema “respeito entre colaboradores”, os temas “assédio moral e sexual” e “discriminação” também refletem a preocupação da empresa na manutenção de um ambiente de trabalho sadio.

O tema “assédio moral e sexual” foi abordado em todos os documentos analisados. Oito dos dez Códigos analisados informam não tolerar assédios, independentemente de sua natureza. As duas empresas que não contém essa diretriz (Petrobrás e Claro) informam que os funcionários devem evitar qualquer forma de assédio. O Código de Conduta Bunge (2014) destaca que a empresa procura proporcionar um local de trabalho em que os funcionários são tratados com dignidade e respeito. Quatro das dez empresas analisadas destacam que se o funcionário observar ou sofrer qualquer forma de assédio deve denunciar o fato imediatamente.

QUADRO 12 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “ASSÉDIO MORAL E SEXUAL” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raizen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
A empresa não tolera assédios de qualquer natureza.		X	X	X	X		X	X	X	X
Os funcionários devem evitar qualquer forma de assédio.	X					X				
A empresa procura proporcionar um local de trabalho no qual todos os funcionários são tratados com dignidade e respeito.								X		
Qualquer funcionário que sinta que tenha experimentado ou observado qualquer tipo de assédio deve denunciar o fato.			X				X	X	X	

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Da mesma forma que o tema “assédio moral e sexual”, o tema “discriminação” também foi abordado em 100% dos documentos avaliados. O Código de Conduta da BRF (2015) determina de forma detalhada as formas de discriminação que não são toleradas no ambiente de trabalho: religião, raça, cor, origem étnica, condição econômica, formação, escolaridade, aparência, doença, nacionalidade, origem social, idade, gênero, estado civil, orientação sexual, crença, filosofia de vida, ideologia política, linguagem, deficiência ou limitação física ou mental. Além da empresa BRF, os documentos das demais nove empresas analisadas também informam a não tolerância à discriminação no local de trabalho.

Seis dos dez documentos informam que a empresa oferece oportunidades iguais aos funcionários, baseadas nas competências e desempenho. Os documentos das empresas Petrobrás (2014), Cargill (2016) e Bunge (2014) informam que a empresa respeita a diversidade no ambiente de trabalho. Nos Códigos de Conduta da Raízen e da Bunge é informado que as empresas procuram manter um ambiente de trabalho inclusivo. O documento denominado *Nossos Princípios Éticos*, da Cargill (2016), destaca a não retaliação à colaboradores que denunciarem preocupações relacionadas a discriminação.

QUADRO 13 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “DISCRIMINAÇÃO” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
A empresa não tolera qualquer forma de discriminação no local de trabalho.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
A empresa oferece oportunidades iguais aos seus colaboradores, baseadas em competências e desempenho individuais.			X		X	X	X	X	X	X
A empresa respeita a diversidade no ambiente de trabalho.	X						X	X		
A empresa procura manter um ambiente de inclusão.			X					X		
Os colaboradores que denunciarem preocupações relacionadas a discriminação não devem ser retaliados.							X			

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

O tema “saúde e segurança” só não foi identificado no Código de Ética da empresa Ipiranga (ULTRA, 2014). Nos documentos das demais empresas

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Os funcionários não devem estabelecer relações comerciais com empresas que não observem padrões de saúde e segurança compatíveis com os da empresa.				X						
Desempenho em saúde, segurança e meio ambiente são fatores-chaves na avaliação e gratificação dos funcionários e na seleção de nossos fornecedores.			X							
Não fumar no local de trabalho exceto nas áreas destinadas a esse fim.	X									

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

O tema “alcoolismo e uso de drogas” foi identificado em oito dos dez Códigos de Conduta analisados. De forma geral, os Códigos das empresas analisadas proíbem o consumo, posse, comércio e distribuição de substâncias psicotrópicas, bem como estar sob efeito destas enquanto desempenha suas funções profissionais.

QUADRO 15 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “ALCOOLISMO E USO DE DROGAS” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Drogas ilícitas	Uso de drogas ilícitas nas dependências da empresa em horário de trabalho.	X		X	X		X	X	X	X
	Posse de drogas ilícitas nas dependências da empresa em horário de trabalho.						X	X	X	X
	Estar sob efeito de drogas ilícitas nas dependências da empresa em horário de trabalho.	X		X			X	X	X	X
	Comercio ou distribuição de drogas ilícitas nas dependências da empresa.	X					X		X	X
Drogas lícitas	Uso indevido de drogas lícitas nas dependências da empresa/em horário de trabalho.			X			X	X		
	Posse de drogas lícitas nas dependências da empresa em horário de trabalho.						X	X		
	Estar sob efeitos nocivos de drogas lícitas nas dependências da empresa/em horário de trabalho.			X			X	X	X	
	Comércio ou distribuição de drogas lícitas nas dependências da empresa.						X			

Assunto		Empresa									
		Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Bebidas alcoólicas	Consumo de bebidas alcoólicas nas dependências da empresa em horário de trabalho, salvo em festividades autorizadas.	X		X				X		X	
	Consumo de bebidas alcoólicas nas dependências da empresa em horário de trabalho.								X		X
	Posse de bebidas alcoólicas nas dependências da empresa/em horário de trabalho.								X		X
	Estar sob efeito de bebidas alcoólicas nas dependências da empresa/em horário de trabalho.	X					X	X	X	X	X
	Comércio ou distribuição de bebidas alcoólicas nas dependências da empresa.	X									X

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

O Código de Conduta da empresa Cargill (2016) estabelece que os funcionários devem comunicar o superior hierárquico ou o departamento de recursos humanos quando estiverem fazendo uso de medicamentos controlados que possam prejudicar a capacidade de trabalhar ou representem uma ameaça à segurança.

O Código de Conduta da empresa Raízen (2015) destaca que possui programas de conscientização para todos os funcionários sobre os malefícios do abuso de substâncias psicotrópicas, e reconhece a dependência de álcool, drogas lícitas e/ou drogas ilícitas como uma doença. Desta forma, funcionários que sejam voluntários no tratamento da dependência do uso dessas substâncias serão tratados da mesma forma que um funcionário com qualquer outra doença. Por fim, a Raízen determina que poderá exigir que um funcionário se submeta a teste e/ou avaliação clínica para verificação de uso de drogas ilícitas e/ou uso indevido de drogas lícitas.

4.3 ASPECTO ECONÔMICO

O aspecto econômico contempla os temas que interferem diretamente no patrimônio ou no resultado financeiro da empresa. Foram classificados neste aspecto os itens: (a) Patrimônio físico; (b) Propriedade intelectual; (c) Imagem da organização; e (d) Conflitos de Interesse.

Em análise aos Códigos de Conduta das dez empresas selecionadas, verificou-se que os temas patrimônio físico, imagem da organização e conflitos de

interesse foram citados em todos os Códigos. Já o tema propriedade intelectual esteve presente em apenas 80% dos Códigos analisados.

QUADRO 16 - ADERÊNCIA DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS AOS ITENS DO ASPECTO ECONÔMICO.

Item \ Empresa	Petrobras	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF	Aderência por tema
Patrimônio físico	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
Propriedade intelectual	X	X	X			X	X	X	X	X	80%
Imagem da organização	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
Conflitos de interesse	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
Aderência por empresa	100%	100%	100%	75%	75%	100%	100%	100%	100%	100%	-

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Todos os Códigos de Conduta analisados continham diretrizes relacionadas ao patrimônio físico da empresa. O Código de Conduta da empresa Raízen (2015) define patrimônio físico como sendo os edifícios, instalações, equipamentos, ferramentas, materiais, meios de comunicação e fundos da companhia. Já o Código de Conduta da Braskem (2014) define patrimônio físico como instalações, máquinas, equipamentos, móveis, veículos e valores.

Dentre os Códigos analisados, 90% destacam a importância do zelo dos funcionários para com o patrimônio físico da empresa. Alguns destes códigos ainda detalham a importância de proteger estes bens contra desperdícios, perdas, mau uso, avarias, roubos, apropriações indébitas e uso não autorizado.

QUADRO 17 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “PATRIMÔNIO FÍSICO” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Zelar pelo patrimônio físico da empresa.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Proteger o patrimônio físico contra desperdícios.	X		X			X		X		
Proteger o patrimônio físico contra perdas.	X		X			X		X		
Proteger o patrimônio físico contra avarias.	X		X			X		X		
Proteger o patrimônio físico contra roubos.			X			X	X			
Proteger o patrimônio físico contra apropriações indébitas.			X				X	X		
Proteger o patrimônio físico contra o uso não autorizado.						X		X		
Não alienar, arrendar, doar ou descartar bens da empresa.						X				
Utilizar o patrimônio físico para fins exclusivamente profissionais.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Todos os Códigos selecionados para análise estabelecem que o patrimônio da empresa deve ser utilizado exclusivamente para fins profissionais. Adicionalmente, o Código de Ética da empresa Claro (AMÉRICA MÓVIL, 2014) destaca que funcionários não devem alienar, arrendar, doar ou descartar bens da empresa.

Dentre os Códigos de Conduta analisados, não foram identificadas diretrizes relacionadas à propriedade intelectual em 20% dos documentos analisados, que pertenciam às empresas Vale e Braskem.

QUADRO 18 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “PROPRIEDADE INTELECTUAL” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Zelar pela adequada utilização da propriedade intelectual.	X	X	X			X		X		X
Manter a confidencialidade da propriedade intelectual.		X							X	X
Proteger a propriedade intelectual contra furtos.		X				X				
Não divulgar a propriedade intelectual à terceiros.	X	X	X				X		X	
Não utilizar a propriedade intelectual para fins particulares.	X		X			X			X	

Não utilizar a propriedade intelectual de terceiros sem autorização.			X				X	X	X	
--	--	--	---	--	--	--	---	---	---	--

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Segundo definição da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI, 2013), a Propriedade Intelectual pode ser dividida em duas sub-categorias: (a) Propriedade Industrial, que inclui as patentes (invenções), marcas, **desenho industrial, indicação geográfica e proteção de cultivares**; e (b) Direitos Autorais abrangendo trabalhos literário e artísticos, e cultura imaterial como romances, poemas, peças, filmes, música, desenhos, símbolos, imagens, esculturas, programas de computador, internet, entre outros. Dos dez documentos analisados, apenas cinco exploraram a definição de propriedade intelectual para a empresa.

QUADRO 19 - DEFINIÇÃO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL DE ACORDO COM OS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Definição \ Empresa	Ipiranga	Raízen	Cargill	Bunge	BRF
Processos	X			X	X
Projetos	X				
Fórmulas	X				X
Patentes		X	X	X	X
Marcas		X	X	X	X
Domínios		X			
Direitos autorais		X	X		
Softwares		X			
Direitos de design		X			
Direitos de extração de dados		X			
<i>Know-how</i>		X			
Invenções				X	
Segredos Comerciais / Industriais		X	X	X	X

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Destaca-se que os oito Códigos de Conduta que continham diretrizes relacionadas à propriedade intelectual mencionam a importância dos cuidados com a propriedade intelectual da própria empresa, mas apenas as empresas Raízen, Cargill, Bunge e JBS destacam os cuidados com a propriedade intelectual de terceiros.

O tema “imagem da organização” é mencionado em todos os Códigos de Conduta analisados, no entanto apenas a empresa Petrobras possui um item específico abordando este aspecto, conforme transcrição:

A imagem e a reputação do Sistema Petrobras são influenciadas pelas condutas adotadas por todos que atuam em seu nome. A Petrobras requer: não causar danos à imagem e à reputação das empresas do Sistema Petrobras e de sua força de trabalho por meio de ações indevidas e/ou impróprias. (PETROBRAS, 2014)

Em análise aos demais Códigos selecionados, percebe-se que a preservação da imagem da organização é vista como uma consequência do cumprimento das demais diretrizes estabelecidas no Código de Conduta. O Código de Conduta Bunge (2014) cita que “trabalhar segundo os mais altos padrões de ética e integridade [...] é fundamental para nossa reputação”. O Código de Ética e Conduta da BRF (2015), por sua vez, menciona que “a reputação da BRF é o seu maior bem e depende da manutenção adequada da ética empresarial”. No Código de Ética da empresa Ipiranga (ULTRA, 2014) há a citação de que as diretrizes de conduta objetivam auxiliar os funcionários a manter a boa reputação da empresa, conquistada ao longo de vários anos.

A Raízen (2015), em seu Código de Conduta, menciona que para preservar a reputação da empresa os funcionários devem atentar para as comunicações internas e externas, para o uso adequado das ferramentas de TI, para práticas que possam ser consideradas suborno ou corrupção, para o cumprimento das leis que regulam o comércio internacional e para a divulgação adequada de informações relevantes. O documento denominado *Nossos Princípios Éticos*, da Cargill (2016), destaca a importância do uso correto dos sistemas de comunicação e do respeito às leis.

O Código de Ética e Conduta Vale (2014) informa ter expectativas de que os colaboradores preservem a imagem e reputação da empresa e sejam diligentes e responsáveis na relação com os públicos com os quais se relaciona. Da mesma forma, o Código de Conduta da Braskem (2014) entende que o comportamento adequado dos funcionários é uma forma de preservar a imagem da empresa.

O Código de Ética da Claro (AMÉRICA MÓVIL, 2014) associa a imagem da empresa ao relacionamento com os clientes, e descreve a importância do cumprimento dos padrões de serviço e de atendimento e do princípio de privacidade das comunicações. O Manual de Conduta Ética da JBS (2016) destaca o cuidado

com o posicionamento em sites, redes sociais e interação com a imprensa, pois o que é dito ou escrito sobre a JBS pode afetar sua reputação de forma negativa.

O último tema do aspecto econômico, conflito de interesses, esteve presente em todos os Códigos de Conduta analisados. O Código de Ética da Claro (AMÉRICA MÓVIL, 2014) define, de forma objetiva, o conflito de interesses como sendo situações em que os interesses pessoais ou de terceiros interferem nos interesses da empresa.

Todos os documentos analisados apresentaram exemplos de situações em que podem ocorrer conflitos de interesse. Dentre elas, as que mais se destacaram – presentes em seis dentre os dez Códigos analisados - são: favorecimento de vínculos de parentesco nas relações de trabalho ou emprego; divulgação ou uso de informações privilegiadas em proveito próprio ou de terceiros, em razão das atividades exercidas; e aceitação de presente, entretenimento, hospitalidade ou benefício direto ou indireto de terceiros, que possam influenciar decisões. Além destas situações, também foram identificadas orientações relacionadas à utilização do horário de trabalho contratado para a realização de atividades particulares; contratação de fornecedores ou prestadores de serviços cujo funcionário, familiar ou pessoa de seu relacionamento pessoal tenha participação; aceitação de trabalho externo que seja inconsistente com os interesses da empresa; utilização de bens e recursos da empresa para uso pessoal ou de terceiros; e oferecimento de empréstimos pessoais a colegas de trabalho a juros.

QUADRO 20 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “CONFLITOS DE INTERESSE” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto \ Empresa	Petrobrás	Ipiranga	Raizen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Utilização do horário de trabalho contratado para a realização de atividades particulares.	X				X	X		X	X	
Favorecimento dos vínculos de parentesco nas relações de trabalho ou emprego.	X	X		X		X	X	X		
Divulgação ou uso de informações privilegiadas em proveito próprio ou de terceiros, em razão das atividades exercidas.	X	X			X		X	X	X	
Aceitação de presente, entretenimento, hospitalidade ou benefício direto ou indireto de terceiros, que possam influenciar decisões	X	X		X	X	X	X			
Contratação de fornecedores ou prestadores de serviços cujo funcionário, familiar ou pessoa de seu relacionamento pessoal tenha participação.	X		X					X		

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raizen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Aceitação de trabalho externo que seja inconsistente com os interesses da empresa (concorrentes ou fornecedores).							X	X	X	
Utilização de bens e recursos da empresa para uso pessoal ou de terceiros									X	X
Oferecimento de empréstimos pessoais a colegas de trabalho a juros.									X	

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Dentre os documentos analisados, o Código de Ética e Conduta da BRF (2015) é o que apresenta as diretrizes relacionadas a conflito de interesses de forma mais sucinta, conforme segue:

Os recursos da Empresa devem ser utilizados unicamente no exercício da função profissional, para que sejam atingidos os objetivos da BRF, e nunca para uso ou ganho pessoal. Qualquer conflito ou potencial conflito entre interesses individuais e os interesses da Empresa deve ser evitado e, caso ocorra, deve ser levado imediatamente ao conhecimento do Departamento de Recursos Humanos. (BRF, 2015).

Já o documento denominado *Nossos Princípios Éticos* da empresa Cargill (2016), além de apresentar uma relação de situações que podem caracterizar conflito de interesses, faz referência à Política de Conflitos de Interesses da companhia.

4.4 ASPECTO OPERACIONAL

O aspecto operacional contempla os temas relacionados ao respeito aos procedimentos operacionais da empresa. Foram classificados neste aspecto os itens: (a) Brindes e presentes; (b) Entretenimento e viagens; (c) Informação privilegiada; e (d) Uso adequado das ferramentas de TI; (e) Contribuições políticas; e (f) Comunicação com a imprensa.

Em análise aos Códigos de Conduta das dez empresas selecionadas, verificou-se que os temas brindes e presentes, entretenimento e viagens e informação privilegiada foram citados em todos os Códigos. O assunto uso adequado das ferramentas de TI foi citado em 70% dos Códigos analisados. Para o aspecto operacional, os temas menos citados foram contribuições políticas e

comunicação com a imprensa, presentes em apenas 60% dos documentos analisados.

QUADRO 21 - ADERÊNCIA DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS AOS ITENS DO ASPECTO OPERACIONAL

Empresa Item	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF	Aderência por tema
Brindes e presentes	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
Entretenimento e viagens	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
Informação privilegiada	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
Uso adequado das ferramentas de TI	X	X	X		X	X	X	X			70%
Contribuições políticas			X		X	X	X		X	X	60%
Comunicação com a Imprensa	X	X	X			X		X	X		60%
Cuidados com o Meio Ambiente	X		X	X	X	X	X	X	X	X	90%
Aderência por empresa	86%	71%	100%	57%	86%	100%	86%	86%	86%	71%	-

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Todos os Códigos de Conduta analisados abordaram o tema Brindes e Presentes. O Guia de Conduta da Petrobrás proíbe a oferta/recebimento de brindes ou presentes de qualquer espécie, enquanto os documentos das demais empresas estabelecem que a oferta/recebimento de brindes ou presentes é permitida desde que não influenciem ou possam influenciar a tomada de decisões.

O Código de Conduta da empresa Claro (AMÉRICA MÓVIL, 2014) é o único que estabelece um valor máximo para oferta/recebimento de brindes ou presentes, de USD 200,00.

Os Códigos de Conduta das empresas Ipiranga (ULTRA, 2014), Raízen (2015), Claro (AMÉRICA MÓVIL, 2014), Cargill (2016), Bunge (2014) e JBS (2016) proíbem o oferecimento/recebimento de brindes ou presentes em dinheiro ou equivalentes (vales-presentes, cupons, empréstimos, descontos ou reembolsos de despesas, por exemplo). As empresas Ipiranga (ULTRA, 2014), Raízen (2015), Braskem (2014), Claro (AMÉRICA MÓVIL, 2014), Cargill (2016) e Bunge (2014)

proíbem o oferecimento/recebimento de brindes ou presentes que possa vir a ser interpretado como vantagem indevida, propina, suborno ou pagamento de facilitação. Os Códigos das empresas Petrobrás, Vale e BRF fazem referência à Políticas e normas internas da empresa que tratam do tema oferecimento/recebimento de brindes ou presentes em mais detalhes.

QUADRO 22 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “BRINDES E PRESENTES” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Não oferecer/aceitar brindes ou presentes, de qualquer espécie e em qualquer situação, de ou para pessoa física ou jurídica em nome da empresa.	X									
Não oferecer/aceitar brindes ou presentes que influenciem ou possam influenciar a tomada de decisões	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Não aceitar brindes ou presentes que possuam valor mais que modesto / valor comercial.		X	X		X		X	X		
Oferecer, prometer, conceder, autorizar, aceitar ou receber, direta ou indiretamente, qualquer tipo de presente que possa ser interpretado como vantagem indevida, propina, suborno ou pagamento de facilitação.		X	X		X	X	X	X		
Receber ou oferecer brindes ou presentes em desacordo com as políticas / normas internas da empresa.	X			X						X
Receber ou oferecer presentes em dinheiro ou equivalentes, tais como vales-presentes, cupons, empréstimos, descontos ou reembolsos de despesas.		X	X			X	X	X	X	

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Todos os Códigos de Conduta analisados possuíam diretrizes relacionadas à entretenimento ou viagens, no entanto, apenas as empresas Vale, Braskem e Claro possuem diretrizes relacionadas aos dois itens.

QUADRO 23 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “ENTRETENIMENTO E VIAGENS” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Entretenimento		X		X	X	X	X	X	X	
Hospitalidades	X		X	X	X	X				X

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Nenhum dos documentos analisados proíbe a oferta ou recebimento de convites para entretenimento ou hospitalidades, no entanto as empresas apresentam algumas restrições.

QUADRO 24 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “ENTRETENIMENTO E VIAGENS” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto \ Empresa	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Permite a oferta/recebimento de convites para entretenimento ou hospitalidades desde que não influenciem, ou possam influenciar a tomada de decisões comerciais ou representem algum compromisso com a parte que está oferecendo.	X		X		X	X	X	X	X	X
Proíbe a oferta/aceitação de convites ou hospitalidades em espécie ou em formato de vales/cupons.		X	X				X	X	X	
Estabelece que o funcionário deve rejeitar convites ou hospitalidades que não estejam de acordo com as diretrizes do Código de Conduta ou demais políticas e normas internas.	X			X					X	
Cita diretrizes relacionadas à oferta/recebimento de convites ou hospitalidades envolvendo agentes públicos.					X	X	X	X	X	
Cita outras normas e políticas internas relacionadas ao tema.	X			X				X		X

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Dentre os documentos analisados, o único que determina um valor limite para convites ou hospitalidades é o Código de Ética da empresa Claro (AMÉRICA MÓVIL, 2014), no valor de USD 200,00.

O tema informação privilegiada também esteve presente em todos os documentos analisados. O Código de Conduta da Raízen (2015) define informação privilegiada como sendo informações sobre a empresa que possam afetar o preço de mercado de valores mobiliários emitidos por esta, ou a que um investidor dê razoável importância na decisão de comprar, vender ou manter tais valores mobiliários. O Código de Conduta da Braskem (2014), por sua vez, cita que uma informação é considerada privilegiada se for desconhecida do conjunto dos investidores, e se estes puderem considerá-la importante para tomar uma decisão de comprar, vender ou continuar proprietário de valores mobiliários emitidos pela

empresa. O Código de Conduta da Braskem (2014) elenca, ainda, exemplos de informações consideradas privilegiadas: planos de investimentos ou desinvestimentos, projeções de resultados, novos produtos ou processos em desenvolvimento, contingências ou superveniências administrativas, judiciais ou arbitrais e licitações vencidas e ainda não divulgadas.

Dos dez documentos avaliados, oito definem que quando em posse de informação privilegiada, o colaborador não deve comprar, vender ou participar de quaisquer negociações de valores mobiliários ou outros títulos relacionados à empresa. Sete documentos destacam também que colaboradores não devem divulgar informações privilegiadas da empresa ao público externo. Foi verificada, ainda, no Código de Conduta da Raízen (2015) que os colaboradores devem se abster de comércio especulativo, bem como de entrar em uma troca, apostas, venda de títulos em curto prazo ou acordos similares. O Código de Ética e Conduta da Vale (2014) determina que os colaboradores devem manter a confidencialidade das informações privilegiadas da empresa mesmo quando não participam mais do quadro funcional dela. O Código de Conduta da Petrobrás (2014) possui uma diretriz que define que os colaboradores devem comunicar a empresa imediatamente após qualquer desaparecimento ou suspeita de perda de documentos e/ou de equipamentos que contenham informações privilegiadas.

O único Código de Conduta que possui diretrizes relacionadas à informação privilegiada de terceiros a quais os colaboradores possam ter conhecimento no decorrer de suas atividades profissionais é o da empresa Bunge.

QUADRO 25 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “INFORMAÇÃO PRIVILEGIADA” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Quando em posse de informação privilegiada, não comprar, vender ou participar de quaisquer negociações de valores mobiliários ou outros títulos relacionados à empresa.		X	X		X	X	X	X	X	X
Não revelar Informação Privilegiada ao público externo.	X		X	X		X	X	X		X
Se abster de comércio especulativo, bem como de entrar em uma troca, apostas, venda de títulos em curto prazo ou acordos similares.			X							
Manter confidencialidade sobre as informações privilegiadas da empresa mesmo após deixar de ter vínculo empregatício com a empresa.				X						

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Não fazer uso para ganho próprio de informações privilegiadas de terceiros a que se tenha tomado conhecimento no decorrer de suas atividades profissionais.								X		
Comunicar a empresa imediatamente após qualquer desaparecimento ou suspeita de perda de documentos e/ou de equipamentos que contenham informações privilegiadas.	X									

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

O tema uso adequado das ferramentas de TI foi identificado em 70% dos documentos analisados. Cinco das dez empresas analisadas permitem o uso dos equipamentos para fins pessoais, desde que de forma apropriada e que não interfira nas atividades profissionais. As empresas Braskem (2014) e Claro (AMÉRICA MÓVIL, 2014) definem em seus Códigos que o uso destes equipamentos deve ser restrito à atividade profissional. Cinco dos dez documentos analisados possuem diretrizes que determinam o cuidado com a segurança da informação quando do uso dos equipamentos de TI. Quatro Códigos de Conduta estabelecem que os equipamentos de TI não devem ser utilizados para acessar sites inadequados ou instalar *softwares* sem autorização. As empresas Raízen (2015), Braskem (2014) e Claro (AMÉRICA MÓVIL, 2014) destacam que os dados contidos em equipamentos de TI são monitorados e podem a vir ser auditados, e que o funcionário não deve esperar privacidade no que tange a estes assuntos.

QUADRO 26 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM "USO ADEQUADO DAS FERRAMENTAS DE TI" DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
O uso dos equipamentos de TI e meios de comunicação deve ser restrito à atividade profissional.					X	X				
O uso dos equipamentos de comunicação e TI para fins pessoais deve ser limitado e apropriado, não interferindo nas demais atividades da empresa.	X	X	X				X	X		
Os funcionários que fazem uso das facilidades de TI e de comunicação são obrigados a fazê-lo em conformidade com todos os códigos legais, regulamentares, éticos, culturais ou sociais que prevalecem no local de trabalho.	X		X					X		
O uso de facilidades de TI e dos meios de comunicação nunca deve comprometer a segurança das informações da empresa.		X	X			X	X	X		

Assunto \ Empresa	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Os funcionários não devem utilizar os equipamentos e meios fornecidos pela empresa para visitar sites inadequados ou instalar software sem autorização.	X		X			X	X			
Os direitos de softwares desenvolvidos internamente ou adquiridos por meio dos contratos de licença necessários pertencem exclusivamente à empresa.						X				
O uso dos equipamentos de TI e meios de comunicação é registrado e auditado, além de monitorado. O funcionário não deve ter expectativa de privacidade no que se refere a esses assuntos.			X		X	X				
O uso das ferramentas de TI não deve trazer riscos para a imagem e reputação da empresa.	X		X				X			
Ao utilizar os equipamentos de TI e meios de comunicação, o funcionário deverá observar as disposições estabelecidas em políticas, diretrizes e outras orientações da empresa.	X		X		X	X	X	X		

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

O tema Contribuições Políticas foi abordado em 60% dos documentos analisados. O Código de Conduta da Raízen (2015) e o Código de Ética da Claro (AMÉRICA MÓVIL, 2014) informam que a empresa não realiza contribuições políticas. A empresa Claro cita em seu Código de Ética a lei federal norte-americana denominada *Foreign Corrupt Practices Act* (FCPA):

Além disso, a FCPA contém disposições que proíbem a AMÉRICA MÓVIL, as suas subsidiárias e empregados, de realizar doações, contribuições e quaisquer outros pagamentos — seja em dinheiro ou em espécie — a partidos políticos, funcionários de partidos políticos e candidatos a cargos eletivos, incluindo de outros países. Portanto, os recursos financeiros da nossa empresa não podem ser utilizados para apoiar a candidatura de qualquer pessoa para ocupar um cargo de caráter político. (AMÉRICA MÓVIL, 2014)

Já o Código de Conduta da Braskem (2014), o documento denominado Nossos Princípios Éticos da Cargill (2016) e o Código de Ética e Conduta da BRF (2015) determinam que a empresa realiza contribuições políticas, desde que previamente aprovadas pelo profissional/departamento responsável: líder empresarial para a Braskem, departamento de relações com o governo para a Cargill e Conselho de Administração para a BRF.

O Manual de Conduta Ética da JBS não é claro quanto às diretrizes relacionadas a contribuições eleitorais. Em um primeiro momento, informa que “a JBS respeita o direito de seus colaboradores de participarem do processo político,

porém, é vedado realizar, em nome da JBS, qualquer contribuição política em valor, bens ou serviços” (JBS, 2016), o que dá a entender que o colaborador não pode realizar contribuições políticas em nome da empresa. Em seguida, o documento menciona: “não prometa, ofereça ou contribua com fundos corporativos ou com outros ativos empresariais para fins políticos sem prévia aprovação formal, obtida conforme procedimentos e regulamentos locais” (JBS, 2016), o que dá a entender que se houver aprovação formal, é possível realizar doações em nome da JBS.

Por fim, as empresas Braskem (2014) e Claro (AMÉRICA MÓVIL, 2014) determinam em seus Códigos que os funcionários estão autorizados a realizar contribuições políticas em seu nome, desde que nos termos da lei.

QUADRO 27 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “CONTRIBUIÇÕES POLÍTICAS” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS

Assunto \ Empresa	Petrobrás	Ipiranga	Raízen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
A empresa não realiza contribuições políticas, mesmo quando permitidas por lei.			X			X				
A empresa realiza contribuições políticas, mas as mesmas devem ser previamente aprovadas.					X		X		X	X
A empresa proíbe seus funcionários de realizar contribuições políticas pessoais em nome da empresa.									X	
A empresa permite contribuições eleitorais em nome do funcionário, desde que nos termos da lei.					X	X				

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

O assunto comunicação com a imprensa esteve presente em seis dos dez Códigos de Conduta analisados. Os Códigos de Conduta das empresas Petrobrás (2014), Raízen (2015), Claro (2014), Bunge (2014) e JBS (2016) definem que os colaboradores não devem falar com a imprensa em nome da companhia não sendo a pessoa designada para tal atividade ou sem a autorização formal e expressa do superior hierárquico/departamento responsável. Além disso, devem encaminhar as demandas de comunicação para a área/departamento responsável.

QUADRO 28 - DEPARTAMENTO RESPONSÁVEL POR RECEBER DEMANDAS DE COMUNICAÇÃO POR EMPRESA.

EMPRESA	DEPARTAMENTO RESPONSÁVEL
Petrobrás	Gerência de Comunicação
Raízen	Comunicação Corporativa

Claro	Diretoria Jurídica / Diretoria de Comunicação
Bunge	Departamento de Comunicação
JBS	Comunicação Corporativa

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

Já o Código de Conduta da empresa Ipiranga (ULTRA, 2014) não informa o procedimento a ser seguido em casos de demandas de imprensa, mas define que o relacionamento com os meios de comunicação deve ser baseado na imparcialidade e em informações verídicas, claras, adequadas e oportunas.

QUADRO 29 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “COMUNICAÇÃO COM A IMPRENSA” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raizen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
Não falar em nome da companhia não sendo a pessoa designada para tal atividade.	X		X			X		X	X	
Encaminhar as demandas de imprensa para o departamento responsável.	X		X			X		X	X	
A comunicação com a imprensa deverá ser baseada em informações verídicas, claras, adequadas e oportunas.		X				X		X	X	
Só deverão ser compartilhadas com a imprensa informações públicas.						X				

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

O tema “cuidados com o meio ambiente” foi identificado em 90% dos Códigos analisados. O único documento que não abordou este tema foi o da empresa Ipiranga. Percebe-se uma preocupação entre as empresas no que se refere ao cumprimento da legislação ambiental e das políticas internas de meio ambiente por parte dos empregados, assunto presente em 70% dos documentos analisados. Constam, ainda, diretrizes relacionadas à denúncia de riscos ao meio ambiente, a tentativa de redução do impacto ambiental causado pela atividade da empresa, à participação do empregado em treinamentos relacionados ao tema, e ao incentivo à fornecedores e parceiros comerciais atuam de forma a preservar o meio ambiente.

QUADRO 30 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “CUIDADOS COM O MEIO AMBIENTE” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raizen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
O empregado tem a responsabilidade de estar atento às políticas de padrões ambientais da empresa e à legislação ambiental nos locais em que a empresa atua.			X	X	X	X	X	X	X	
O empregado deve informar qualquer risco à integridade do meio ambiente.	X						X			X
A empresa atua de forma a reduzir o impacto ambiental de sua atividade.			X				X			X
A empresa desenvolve treinamentos relacionados à preservação do meio ambiente.			X				X			
A empresa preza pela proteção dos recursos naturais nas suas atividades e na sua cadeia de valor			X						X	
O empregado deve ter ciência que toda ação de cuidado do meio ambiente, por menor que pareça, em conjunto, faz diferença.						X				

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA.

4.5 ASPECTO LEGAL

O aspecto legal contempla os temas relacionados à normas e legislações aplicáveis à empresa. Foram classificados neste aspecto os itens: (a) Respeito à legislação; (b) Integridade dos Registros Contábeis; e (c) Banimento à práticas de suborno e corrupção.

QUADRO 31 - ADERÊNCIA DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS AOS ITENS DO ASPECTO LEGAL

Assunto	Empresa										Aderência por Tema
	Petrobrás	Ipiranga	Raizen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF	
Integridade dos registros contábeis		X	X	X	X	X	X	X	X	X	90%
Banimento a práticas de suborno e corrupção	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100%
Aderência por empresa	50%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	67%	67%	100%	-

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

O tema “integridade dos registros contábeis” esteve presente em 90% dos Códigos analisados, não sendo identificado apenas no Guia de Conduta da Petrobrás (2014). Dentre as empresas analisadas que possuíam este tema em seu Código, apenas a empresa Ipiranga não citou o respeito e adequação de seus registros e demonstrativos aos princípios contábeis e regulamentação estabelecida pelos órgãos competentes. Cinco das dez empresas citam que os registros devem fornecer uma visão precisa das operações e da posição financeira da empresa.

Com relação ao nível de profundidade que o tema “integridade dos registros contábeis” foi tratado, a empresa Bunge (2014) demonstra um detalhamento maior, comentando a respeito do período de retenção dos registros, estipulando a proibição de práticas que visem mascarar a natureza de operações ou o não registro destas, e a responsabilização dos indivíduos que não registrarem de forma precisa, completa e adequada as informações contábeis e financeiras. Por outro lado, as empresas Ipiranga (ULTRA, 2014) e Vale (2014) são as que menos aprofundaram este tema, informando apenas do respeito aos princípios contábeis, legislação e práticas de governança corporativa.

QUADRO 32 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “INTEGRIDADE DOS REGISTROS CONTÁBEIS” DOS CÓDIGOS DE CONDUTA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raizen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
A empresa mantém sistemas contábeis e de controles internos adequados, de forma a assegurar a acuracidade e a completude da sua situação patrimonial e financeira.						X			X	X
Os empregados devem assegurar que as informações refletidas nos registros da empresa sejam completas, precisas e compreensíveis			X		X	X		X	X	
Os registros financeiros e contábeis devem fornecer uma visão precisa das operações e da posição financeira da empresa, que sirva como base para a tomada de decisão e planejamento estratégico.			X		X		X	X	X	
A empresa respeita os princípios contábeis e regulamentações estabelecidas pelos órgãos competentes na elaboração de seus registros e demonstrativos financeiros.			X	X	X	X	X	X	X	X
As atividades de contabilidade e auditoria da empresa estão em conformidade com as melhores práticas de governança corporativa e com as exigências das legislações, tais como <i>Sarbanes-Oxley</i> (SOX), Lei Anticorrupção ou FCPA.		X		X		X				
Os demonstrativos financeiros da empresa são submetidos periodicamente aos órgãos reguladores aplicáveis nos prazos estabelecidos pelas legislações			X			X				X

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raizen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
aplicáveis.										
Os registros comerciais da empresa devem ser mantidos, retidos e destruídos de acordo com as políticas da empresa e com as orientações locais.						X		X		
Todos os funcionários são obrigados a denunciar qualquer irregularidade contábil ou de auditoria suspeita assim que possível.						X		X		
É vedada a falsificação ou alteração da natureza de qualquer transação.				X				X		
É estritamente proibido conduzir qualquer transação que não esteja registrada em nossos livros e registros.								X		
Registros ou relatórios imprecisos, incompletos ou inadequados podem resultar em responsabilidade legal para os indivíduos envolvidos, bem como em ação disciplinar, incluindo a rescisão do contrato de trabalho.								X		
As solicitações financeiras e contábeis solicitadas pelo departamento tributário ou financeiro devem ser fornecidas em tempo hábil.							X			
Todos os colaboradores são responsáveis pela manutenção do sistema de controle interno da empresa, incluindo a equipe financeira.									X	

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

O tema “banimento a práticas de suborno e corrupção” foi identificado em 100% dos documentos analisados. Da mesma forma, foi identificado em todos os documentos diretrizes relacionadas ao relacionamento com agentes públicos, e a proibição de oferecimento de qualquer espécie de benefício ou vantagem para estes. Seis dos dez Códigos analisados fazem referência à legislação que trata do combate ao suborno e à corrupção, tais como a lei norte-americana denominada *Foreign Corrupt Practices Act* (“FCPA”) e a lei brasileira Lei nº 12.846/2013, denominada Lei Anticorrupção. Apenas cinco documentos continham orientações relacionada à conduta de terceiros que atuam em nome da organização, tendo em vista que a empresa pode arcar com as penalidades caso um terceiro agindo em seu nome venha a apresentar condutas que possam ser consideradas ilegais.

QUADRO 33 - ASSUNTOS ABORDADOS NO ITEM “BANIMENTO A PRÁTICAS DE SUBORNO E CORRUPÇÃO” DOS CÓDIGOS DE CONDUITA ANALISADOS.

Assunto	Empresa									
	Petrobrás	Ipiranga	Raizen	Vale	Braskem	Claro	Cargill	Bunge	JBS	BRF
A Empresa condena toda e qualquer forma de corrupção, direta ou indireta, seja na esfera de relações públicas (transações envolvendo o governo direta ou indiretamente) ou na esfera das relações privadas (transações entre empresas privadas sem envolvimento de entidades governamentais).	X		X				X		X	X
Se o empregado interagir com agentes públicos, deverá entender e seguir estritamente todas as leis anticorrupção, sendo proibido o oferecimento de qualquer espécie de benefício ou vantagem.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Qualquer terceiro que represente a empresa deverá se comprometer com o cumprimento da política de prevenção de pagamentos indevidos e da legislação anticorrupção aplicável, não permitindo ou se envolvendo em qualquer tipo de suborno ou corrupção.				X		X	X	X	X	
A empresa conduz suas atividades de acordo com as legislações aplicáveis ao combate ao suborno e à corrupção e os empregados devem agir da mesma maneira.			X	X		X	X	X		X
A empresa adota políticas e práticas corporativas de controles anticorrupção destinadas a monitorar a observância das normas e a prevenir e combater atos ilícitos, criminosos ou imorais (tais como corrupção, suborno, fraude, tráfico de influência, trocas indevidas de favores, lavagem de dinheiro ou crimes contra a ordem econômica).		X								
O empregado deve denunciar situações de fraude e corrupção, sob qualquer forma que estas se apresentem.	X									
O empregado deve consultar o departamento Jurídico antes de realizar pagamentos de facilitação para ter certeza se ele é legal, habitual e razoável de acordo com os padrões locais.							X			
O empregado que se envolva com suborno ou quaisquer outros atos de corrupção estará sujeito a medidas disciplinares que podem levar a demissão e, se for o caso, a processo penal.			X							

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou identificar os temas considerados por estudiosos como indispensáveis de serem abordados em Códigos de Conduta Empresariais e compará-los com o que efetivamente está sendo abordado nos Códigos de uma amostra de empresas que atuam no Brasil.

Na análise dos Códigos, foi possível verificar que o aspecto humano obteve uma maior aderência nos documentos analisados. Dos cinco temas analisados, apenas o assunto “Alcoolismo e Uso de Drogas” não esteve presente em 100% dos Códigos. No geral, este aspecto obteve uma aderência média de 96%.

Em seguida, verificam-se os aspectos econômico e legal, com uma aderência média de 95% cada. No aspecto econômico, o assunto “Propriedade Intelectual” foi o único que não obteve 100% de aderência dos códigos, enquanto no aspecto legal isso ocorreu com o assunto “Integridade dos Registros Contábeis”.

Para o aspecto operacional, foram elencados sete assuntos indispensáveis de serem tratados no Código de Conduta. Destes, apenas três foram identificados em todos os documentos analisados. Os dois assuntos com menor aderência neste aspecto são “Contribuições Políticas” e “Comunicação com a Imprensa”, presentes em apenas 60% dos documentos analisados. Este aspecto obteve aderência média de 83% dos Códigos.

Por fim, o aspecto que menos esteve presente nos Códigos de Conduta analisados, com aderência média de 68%, foi o aspecto relacional. O que causou este baixo grau de aderência são os assuntos “Relacionamento com Sindicatos”, que não foi identificado em nenhum Código analisado, e “Relacionamento com Acionistas/Investidores”, presente em apenas 40% dos documentos avaliados. Os únicos assuntos presentes em 100% dos Códigos são o relacionamento com Fornecedores e Comunidade.

Com relação ao nível de aderência por empresas, nenhum dos documentos analisados obteve grau de aderência 100%. O Código de Ética da empresa Claro foi o que mais se aproximou deste valor, tendo em vista que o único assunto que não foi identificado foi o relacionamento com Sindicatos. Em seguida, verifica-se o Código de Conduta da empresa Raízen, que não abordou apenas dois assuntos, ambos do aspecto relacional: Relacionamento com Sindicatos e com Acionistas/Investidores. Os três documentos com menor grau de aderência, todos

com apenas 79%, são o Guia de Conduta da Petrobrás, Código de Conduta da Vale e Manual de Transparência da BRF.

A partir desta análise foi possível verificar que as empresas estudadas estão preocupadas em estabelecer diretrizes relacionadas ao bem-estar de seus empregados, ao cumprimento dos procedimentos operacionais e ao atendimento à legislação.

5.1 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Para futuros trabalhos, sugere-se uma análise do grau de entendimento dos empregados da organização sobre as orientações contidas nos Códigos de Conduta levando-se em consideração o método de implantação e divulgação deste documento. Sugere-se também uma análise comparativa do conteúdo de Códigos de Conduta de empresas do mesmo segmento, a fim de avaliar quais as diferenças e similaridades em seus códigos.

REFERENCIAS

AGUILAR, F. J. **A ética nas empresas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

AMÉRICA MÓVIL. **Código de Conduta – America Móvil**. 2014. Disponível em: <<http://www.claro.com.br/claropar/wp-content/uploads/pdf/d33fbca64eac43c687a0e94e0a2cdc55.pdf>>. Acesso em: 30/09/2016.

ARRUDA, M. C.C. **Código de ética: um instrumento que adiciona valor**. São Paulo: Negócio Editora. 2002.

ARRUDA, M. C.C.; WHITAKER, M.C; RAMOS, J.M.R. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. 4. ed. São Paulo: Atlas. 2009.

AZEVEDO, H. et.al. Código de conduta: grau de adesão às Recomendações do IBGC pelas empresas listadas na BM&FBovespa. **Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, v.11, n.1, p. 1-13, jan./mar. 2014. Disponível em <<http://revistas.unisinos.br/index.php/base/article/viewFile/base.2014.111.01/3963>>. Acesso em: 08/08/2016.

BERTONCINI, M. E. S. N.; KLOSS, R. A ética empresarial e o combate à corrupção transnacional. **Revista NEJ – Eletrônica**, v. 17, n.2, p. 221-236, mai./ago. 2012. Disponível em: <<http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/nej/article/view/3969/2312>>. Acesso em: 11/08/2016.

BRASIL. Decreto nº 8.420, de 18 de março de 2013. Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2015. Regulamenta a Lei no 12.846, de 1º de agosto de 2013, que dispõe sobre a responsabilização administrativa de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 18 mar, 2015. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Decreto/D8420.htm>. Acesso em: 25/08/2016.

_____. Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 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 República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 01 ago, 2013. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12846.htm>. Acesso em: 25/08/2016.

BRASKEM. **Código de Conduta**. 2014. Disponível em: <<http://www.braskem.com.br/Portal/Principal/Arquivos/HTML/Documentos/codigo-de-conduta/AF-CodigoBraskemPortugues-20150430-visualizacao.pdf>>. Acesso em: 29/09/2016

BRF. **Manual de Transparência**. 2015. Disponível em:
 <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiv3eLNqoDQAhXDEJAKHb2ZAVAQFggcMAA&url=http%3A%2F%2Fri.br-global.com%2Fdownload_arquivos.asp%3Fid_arquivo%3DF0400DCF-2B32-40F2-91AF-0EFFD9535697&usg=AFQjCNF-3wa3zMMIXhfc_sl5ZYtqpq5e-g&bvm=bv.136811127,d.Y2I>. Acesso em: 04/10/2016.

BRITTO, B. N.; **Ética e Responsabilidade Social Empresarial na utilização da Tecnologia da Informação**. Pelotas: Universidade Federal de Pelotas, 2014.

BUNGE. **Código de Conduta**. 2014. Disponível em:
 <http://www.bunge.com.br/bunge/Nosso_Codigo_Conduta.pdf>. Acesso em: 03/10/2016

CARGILL. **Nossos Princípios Éticos**. 2016. Disponível em:
 <<https://www.cargill.com/wcm/groups/public/@ccom/documents/document/na3064480.pdf>>. Acesso em: 03/10/2016.

COSTA FILHO, S. D. Ética empresarial: um bom negócio. **Ágora Filosófica**, v.2, n.1, p. 93-117, jan./jun. 2002. Disponível em:
 <http://www.unicap.br/Arte/ler.php?art_cod=630>. Acesso em: 13/08/2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA – IBGC. **Código das melhores práticas de governança corporativa**. 5.ed. São Paulo: IBGC. 2015.

INSTITUTO ETHOS. **Formulação e implantação de Código de Ética em empresas**: reflexões e sugestões. São Paulo: Instituto Ethos, 2000.

JBS. **Manual de Conduta Ética**. 2016. Disponível em:
 <http://www.jbs.com.br/sites/jbs.com.br/files/manual_jbs_0.pdf>. Acesso em 03/10/2016.

JUNGMANN, D. M. A caminho da inovação: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual: guia para o empresário. Brasília: IEL, 2010. In: UNIOESTE.

LOVISON, M. L.; PETROLL, M. M. Ética na publicidade e propaganda: a visão do executivo de agências de comunicação do Rio Grande do Sul. **Cadernos Ebape.BR**, v.9, n.2, p. 333-359, jun. 2011. Disponível em
 <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512011000200007>. Acesso em: 08/082016.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005. 315 p.

NEGRÃO, Célia Lima; PONTELO; Juliana de Fátima. **Compliance, controles internos e riscos: a importância da área de gestão de pessoas**. Brasília: Senac. 2014.

PAI, L.D. Governança corporativa & ética nas organizações. **Revista Saber Acadêmico**, n.6, p. 90-102, dez. 2008. Disponível em <<http://www.logisticareversa.net.br/uploads/1/6/3/0/1630201/10.pdf>>. Acesso em: 11 ago. 2016

PASSOS, E. **Ética nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.

PETROBRÁS. **Guia de Conduta da Petrobrás**. 2014. Disponível em: <<http://www.petrobras.com.br/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=8A10550E494F5580014A2ACBE70440E8>>. Acesso em: 04/10/2016.

RAIZEN. **Código de Conduta**. 2015. Disponível em: <<http://www.raizen.com.br/sites/default/files/raizen-codigo-de-conduta-2015.pdf>>. Acesso em: 26/09/2016.

RAMOS, P.; RAMOS, M. M.; BUSNELLO, S. J. **Manual prático de metodologia da pesquisa: artigo, resenha, projeto, TCC, monografia, dissertação e tese**. Blumenau: Acadêmica Publicações, 2003.

REVISTA EXAME. **Melhores e Maiores 2016**. Disponível em: <<http://mm.exame.abril.com.br/empresas>>. Acesso em: 20/09/2016.

SANTOS, F. A. **Ética empresarial**. São Paulo: Atlas. 2015.

SILVA, V. G.; GOMES, J. S. O uso do código de conduta ética como instrumento de controle gerencial: estudo de casos em empresas internacionalizadas. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v.1, n.10, p. 111-127, jul./dez. 2008. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade/article/viewFile/2175-8069.2008v5n10p111/11125>>. Acesso em: 08 ago. 2016.

SIMÃO, V. M. et al. **Programa de Integridade**: Diretrizes para Empresas Privadas. Brasília: Controladoria-Geral da União, 2015. Disponível em <<http://www.cgu.gov.br/Publicacoes/etica-e-integridade/arquivos/programa-de-integridade-diretrizes-para-empresas-privadas.pdf>>. Acesso em: 24/08/2016.

SOARES, M. C. S. **A abordagem da ética nos cursos de graduação em administração de Salvador**. 2005. 192 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

SROUR, R. H. **Ética empresarial: posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais**. Rio de Janeiro: Campus. 2000.

ULTRA. **Código de Ética**. 2014. Disponível em: <https://canalconfidencial.com.br/ultra/files/CodigodeEtica_2014.pdf>. Acesso em: 02/10/2016.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ. **O que é Propriedade Intelectual?**. 2015. Disponível em: <<http://200.201.88.180/nit/index.php/propriedade-intelectual/o-que-e-propriedade-intelectual>>. Acesso em: 10/10/2016.

VALE. **Código de Ética e Conduta**. 2014. Disponível em: <http://www.vale.com/PT/aboutvale/ethics-and-conduct-office/code-of-ethics/Documents/codigo-conduta-etica/vale_0238_cod_conduta_DIGI_final_Is.pdf>. Acesso em 29/09/2016

VENTURA, V. L. S. et al. A relação dos consumidores com as empresas: avaliação da importância e recompensa dos consumidores pela postura empresarial ética e socialmente responsável. **Revista Capital Científico**, Guarapuava, v.9, n.1, p. 43-54, jan./jun. 2011. Disponível em <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/33032>>. Acesso em: 15/08/2016.

WAIDEMAN JUNIOR, N. **Ética empresarial**. 2003. 67 f. Monografia (Especialização em Gestão de Negócios) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2003.