

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

CIBELE CRISTINA ESMANIOTTO

**CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA EMPRESARIAL**

CURITIBA

2017

CIBELE CRISTINA ESMANIOTTO

## **CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA EMPRESARIAL**

Trabalho apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Especialista em Gestão de Negócios do Departamento de Ciências Contábeis, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal do Paraná, como requisito para aprovação na disciplina.

Orientador: Prof. MSc Luiz Carlos Souza

CURITIBA

2017

## RESUMO

Com o passar dos anos as empresas ficaram cada vez mais preocupadas com a relação do público interno e externo, demonstrando interesse principalmente em manter a ética empresarial, estruturando assim, o código de ética, que traz regras de conduta perante o ambiente. A presente pesquisa tem como objetivo geral analisar a situação em que se mostra o código de ética e conduta empresarial existentes na organização X. Esse estudo teve como objetivos específicos verificar se a empresa possui um código de ética; se o código de ética e conduta empresarial existente está de acordo com o proposto pela cultura e comportamento da organização; averiguar a eficácia das regras instituídas pelo código e propor melhorias a serem implantadas para aprimorar direitos e deveres estabelecidos pela empresa. Para atingir os objetivos, fizeram-se levantamentos de informações e pesquisas bibliográficas em livros que abordam esses assuntos. Desta forma, pode-se dizer que os objetivos foram atendidos.

**Palavras-chave:** ética, ética empresarial, código de ética.

## **ABSTRACT**

Over the years companies have become increasingly concerned about the relationship of the internal and external public, showing their interest mainly in maintaining business ethics. Thus, the code of ethics, which bring rules of conduct to the environment. The present research has as general objective to analyze the situation that shows the code of ethics and business conduct existing in the organization. The purpose of this study was to verify whether the company has a code of ethics; whether the existing code of ethics and business conduct is in line with that proposed by the organization's culture and behavior; to ascertain the effectiveness of the rules instituted by the code, and to propose improvements to the code be implemented to improve rights and duties established by the company. In order to reach the objectives, information and bibliographical research were collected in books that deal with these subjects. In this way, it can be said that the objectives were met.

**Key-words:** ethics, business ethics, code of ethics.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - O que se entende por ética e moral? .....	8
Figura 2 - Uma breve história da ética nos negócios .....	11
Figura 3 - Interesses dos <i>stakeholders</i> .....	13
Figura 4 - Impactos causados aos <i>stakeholders</i> por comportamentos antiéticos .....	13
Figura 5 - Organograma.....	16

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	5
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA .....	6
1.2 OBJETIVOS .....	6
1.2.1 OBJETIVO GERAL.....	6
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	6
1.3 JUSTIFICATIVA .....	7
<b>2 METODOLOGIA</b> .....	7
<b>3 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	8
3.1 ÉTICA.....	8
3.2 ÉTICA EMPRESARIAL .....	9
3.3 CÓDIGO DE ÉTICA .....	14
<b>4 PESQUISA</b> .....	16
4.1 EMPRESA.....	16
4.2 CONTEXTO E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL .....	16
4.3 ANÁLISE DO CÓDIGO DE ÉTICA .....	17
4.4 RESULTADO .....	18
<b>5 CONCLUSÃO</b> .....	27
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	28

## 1 INTRODUÇÃO

A ética de forma simples é definida por Ghillyer (2014) como o que é "certo" ou "errado, que resulta em fatores nos quais as pessoas foram criadas, de sua religião e das tradições e crenças de sua sociedade.

Segundo a Associação Brasileira de Engenharia da Produção (2007) aplicada ao ramo empresarial, a ética é conduzida aos princípios jurídicos e de boa convivência.

Com isso, surgiu a necessidade de criar diretrizes e orientações do modo de agir em determinadas situações, estabelecido como código de ética (INSTITUTO ETHOS, 2000).

O código de ética é um “referencial pedagógico, aponta caminhos, sugere reflexão sobre a essencialidade do esforço em equipe e a praticidade dos princípios e valores corporativos” (MATOS, 2017, p. 213).

Por isso, no cenário atual, se torna essencial que toda organização se incentive a criá-lo.

## **1.1 PROBLEMA DE PESQUISA**

Para Humberg (2002) a ética pode ser definida como cultura ou filosofia organizacional, ou seja, comportamentos conduzidos por padrões que correspondem à postura dos dirigentes da organização.

Na próxima década, a ética empresarial será essencial para determinar o futuro daqueles que dependem da opinião pública. Para atender essa questão, as organizações estão implantando o código de ética, que se trata de um instrumento compreendendo valores reais praticados e estabelecendo padrões de comportamento, confiáveis e satisfatórios (HUMBERG, 2002).

Uns dos problemas evidentes enfrentados pela falta destas normas é a sonegação de impostos e comportamentos equívocos em relação aos funcionários (HUMBERG, 2002), por isso a importância de se estabelecer deveres e direito.

Outro desafio que as empresas enfrentam “é atualizar as suas políticas e práticas de forma tão rápida que consigam atender à sociedade atual, que está sofrendo profundas e rápidas transformações” (SANTOS, 2015, p. 6).

Quais melhoramentos no código de ética podem ser implantados?

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 OBJETIVO GERAL**

Analisar a situação em que se mostra o código de ética e conduta empresarial existentes no primeiro semestre de 2016, da empresa X.

### **1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Verificar se a empresa possui um código de ética.

Verificar se o código de ética e conduta empresarial existente está de acordo com o proposto pela cultura e comportamento da organização.

Averiguar a eficácia das regras instituídas pelo código.

Propor melhorias a serem implantadas para aprimorar direitos e deveres estabelecidos pela empresa.



### **1.3 JUSTIFICATIVA**

A principal justificativa deste trabalho é a oportunidade de o autor trazer benefícios para a empresa X.

É possível verificar a importância do tema a partir do entendimento da ética aplicada nas empresas, que podem ser definidas como compromissos com todos aqueles que têm algum tipo de relacionamento com a empresa (ALENCASTRO, 2010 apud TANSEY, 1995).

Justifica-se também pela disponibilidade de acessos aos dados organizacionais necessários para análise e conclusão do trabalho.

## **2 METODOLOGIA**

Para alcançar os objetivos deste trabalho, o método científico será caracterizado como dedutivo, pois determina a situação do código de ética e conduta empresarial, buscando uma conclusão de acordo com os dados levantados da empresa e com base na fundamentação teórica.

Quanto à abordagem do problema, enquadra-se, de uma pesquisa qualitativa que envolve informações e levantamento de dados. De acordo com Gerhardt e Silveira (2009, p. 31) “a pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento de compreensão de um grupo social, de uma organização, etc.”.

No que se refere aos objetivos da pesquisa, caracteriza-se, como descritiva, no qual se analisa, observa, registra o processo ou fenômenos sem interferir na realidade (FONSECA, 2009). Em relação ao procedimento se utilizará de pesquisa bibliográfica.

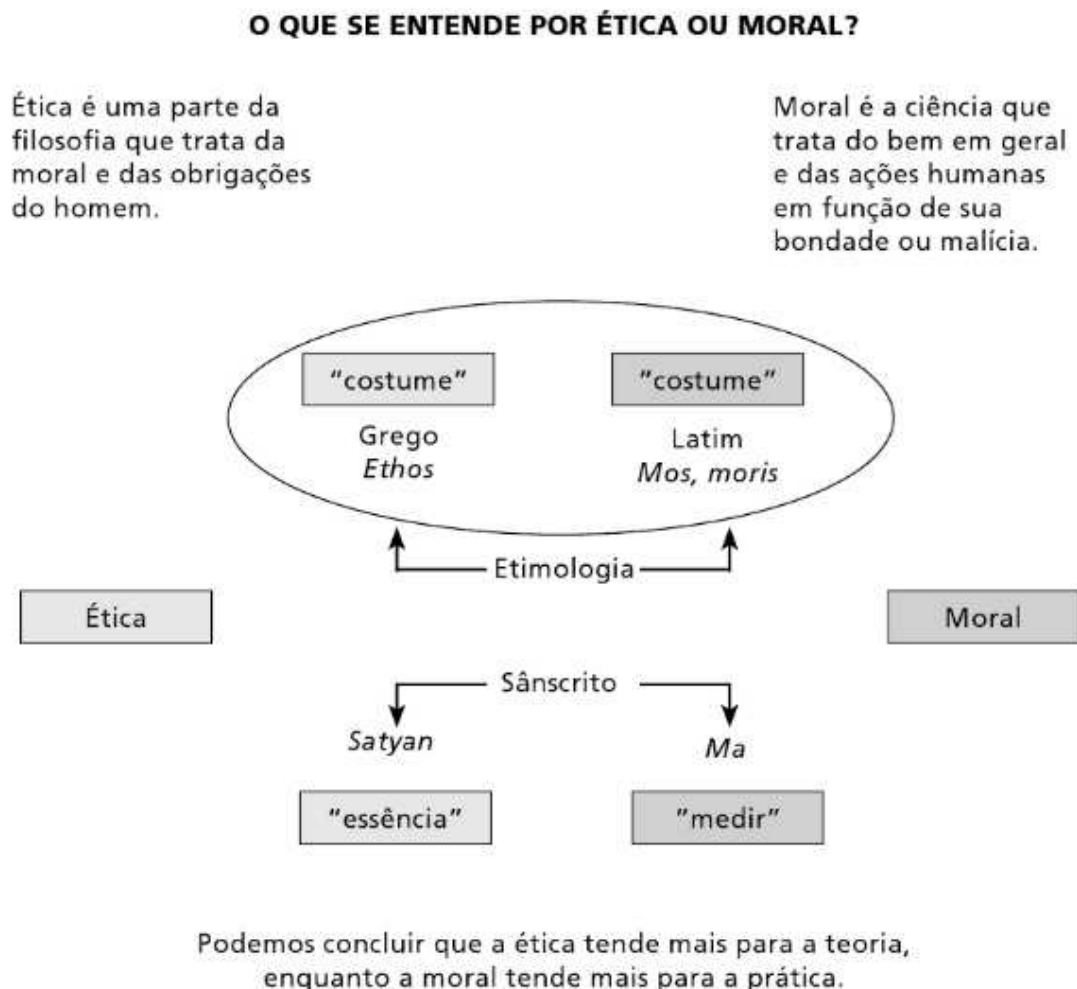
### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

#### 3.1 ÉTICA

“Etimologicamente falando, ética vem do grego *ethos* e tem correlação com o latim *morale*, cujo significado é o mesmo para a conduta ou relativo aos costumes” (MELLO, 2012, p. 7). Segundo Barbieri e Cajazeira (2012, p. 83) “na Roma antiga, essa palavra foi latinizada para *ethicus, ethica*”.

A ética, também é conhecida como filosofia moral ou ciência moral. Moral, no entanto “refere-se ao conjunto de normas e valores aceitos pela sociedade ou grupos sociais que orientam a conduta humana”. Na figura abaixo, no entanto, é possível entender a diferença entre os dois.

Figura 1 - O que se entende por ética e moral?



De acordo com Cortina e Martínez (2005, p. 20) ética é “tudo aquilo que se refere ao modo de ser ou caráter adquirido como resultado de pôr em prática alguns costumes ou hábitos considerados bons”. Para Santos (2015, p. 4) “a ética consiste em algo que muda conforme a sociedade, a época, os conceitos e até conforme o grupo em que os indivíduos participam”.

Inicialmente abordada por Sócrates (470 a.C.-339 a.C), consagrado como o “fundador da moral”, por questionar leis da época, que foram criadas para serem obedecidas, e não justificadas (MELLO, 2012).

Em seguida, Platão (427 a.C-347 a.C), “percebera a ética voltada para a grandeza das virtudes da pessoa, e não pela elevação dos seus conhecimentos teóricos” (MELLO, 2012, p. 7).

Discípulo de Platão, Aristóteles (384 a.C-322 a.C):

A característica fundamental da moral é o racionalismo, visto por ele como virtude, ação da razão na relação entre o Ser e o Bem, porém, entre vários bens ele destacara a virtude como ação consciente, que exige o conhecimento absoluto da natureza e do universo, cuja natureza segundo a qual e na qual o homem deve operar (MELLO, 2012, p.8).

Há muitos anos a ética é discutida e argumentada, por isso os cursos de nível médio e superior, possuem a disciplina ética, regulamentada pela Lei das Diretrizes Nacional 9.394/96 (MELLO, 2012).

Para Matos (2017) a ética é o fundamento da sociedade, pois não é possível que exista vida social sem que haja princípios éticos, por isso apoia-se em três conceitos, considerados como pilares éticos:

1. É essencial que a sociedade seja justa;
2. É necessário que a sociedade seja livre;
3. É vital que a sociedade seja solidária.

### 3.2 ÉTICA EMPRESARIAL

Barbieri e Cajazeira (2012, p.93) definem ética empresarial como: “o estudo das normas morais e como estas se aplicam às empresas e aos que trabalham para ela”. Leisinger e Schmitt conclui que “reflete sobre as normas e valores efetivamente dominantes em uma empresa, interroga-se pelos fatores qualitativos que fazem com que determinado agir seja um agir “bom””.

Quando empregada, pode ser chamada de ética corporativa, varia de acordo ao ambiente, reflexo da sociedade, cultura, ramo de atividade e outros fatores que compõe este ambiente (SANTOS, 2015).

Segundo a Associação Brasileira de Engenharia de Produção (2007, p. 2):

A ética empresarial é norteada por princípios jurídicos, de natureza legal, e por princípios de boa convivência, de natureza social, em conformidade com os valores da organização, que dizem respeito à responsabilidade individual de seus integrantes e aos valores sociais que dizem respeito à cultura social em que a empresa está inserida.

De acordo com Ghillyer (2014), a ética nos negócios pode ter perspectivas diferentes, no qual seria um somatório descritivo ou uma avaliação normativa (ou prestativa) dos costumes, atitudes e regras observados em um negócio.

Lembrando que “em qualquer um dos casos, a ética nos negócios não deve ser aplicada como um conjunto de padrões morais ou conceitos éticos separado da ética geral” (GHILLYER, 2014, p. 24).

A figura abaixo demonstra resumidamente a história da ética nos negócios.

Figura 2 - Uma breve história da ética nos negócios

Década	Clima ético	Principais dilemas éticos	Acontecimentos na ética nos negócios
1960	Agitação social. Sentimento antiguerreira. Empregados têm uma relação de confronto com a gerência. Os valores passam da fidelidade a um empregador à fidelidade a ideias. Valores antigos são colocados de lado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Questões ambientais</li> <li>• Maior tensão entre empregado e empregador</li> <li>• Questões de direitos civis dominam</li> <li>• Honestidade</li> <li>• A ética no trabalho muda</li> <li>• Aumenta o uso de drogas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• As empresas começam a estabelecer códigos de conduta e declarações de valores.</li> <li>• Surgimento do movimento de responsabilidade social.</li> <li>• Corporações abordam questões éticas por meio de departamentos jurídicos ou de recursos humanos.</li> </ul>
1970	Fabricantes de equipamentos de defesa e outras importantes indústrias repletas de escândalos. A economia sofre com a recessão. O desemprego aumenta. Aumenta a preocupação com o meio ambiente. O público pressiona para que as empresas sejam responsabilizadas por falhas éticas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Militância dos empregados (mentalidade de empregados contra gerência)</li> <li>• Questões de direitos humanos vêm à tona (trabalhos forçados, salários abaixo do padrão, práticas inseguras)</li> <li>• Algumas empresas preferem encobrir a corrigir dilemas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundação do Centro de Recursos Éticos (Ethics Resource Center, ERC) em 1977.</li> <li>• Enfatiza-se o cumprimento das leis.</li> <li>• Lei Federal contra Práticas de Corrupção no Exterior aprovada em 1977.</li> <li>• Movimento em prol de valores começa a fazer a ética deixar de ser um mero cumprimento de orientações e passar a ser mais focada em valores.</li> </ul>
1980	O contrato social entre empregadores e empregados é redefinido. Os fornecedores de equipamentos de defesa passam a ter que estar em conformidade com regras rígidas. As corporações fazem reduções de pessoal, e as atitudes dos empregados sobre fidelidade ao empregador entram em desgaste. Enfatiza-se a ética na área de saúde.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subornos e práticas ilegais de contratação</li> <li>• Tráfico de influências</li> <li>• Propaganda enganosa</li> <li>• Fraude financeira (escândalo da poupança e empréstimos)</li> <li>• Surgem questões de transparência</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A ERC desenvolve o Código de Ética dos EUA para serviços governamentais (Code of Ethics for U.S. Government Service, 1980).</li> <li>• A ERC forma seu primeiro escritório de ética nos negócios na General Dynamics (1985).</li> <li>• Estabelece-se a Iniciativa da Indústria da Defesa dos EUA.</li> <li>• Algumas empresas criam cargos de ombudsman além de cargos executivos relacionados à ética.</li> <li>• Lei Civil contra Alegações Falsas (False Claims Act – contratos realizados pelo governo).</li> </ul>
1990	A expansão global traz novos desafios éticos. Surgem grandes preocupações com o trabalho infantil, pagamentos de facilitação (subornos) e questões ambientais. O surgimento da Internet desafia as fronteiras culturais. O que era proibido passa a ser comum.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Práticas inseguras no trabalho nos países de terceiro mundo</li> <li>• Maior responsabilização corporativa por danos pessoais (empresas fabricantes de cigarros, Dow Chemical, etc.)</li> <li>• Má administração financeira e fraude</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diretrizes para o Pronunciamento de Sentenças Federais nos EUA (1991).</li> <li>• Ações judiciais coletivas.</li> <li>• Princípios globais de Sullivan (1999).</li> <li>• In re Caremark (Decisão judicial do Tribunal de Equidade do Estado de Delaware relativa à responsabilização do conselho de administração por questões éticas).</li> <li>• Declaração voluntária com maior participação de Inspetores Gerais.</li> <li>• A ERC estabelece centros internacionais de ética nos negócios.</li> <li>• Royal Dutch/Shell International começa a emitir relatórios anuais sobre seu desempenho ético.</li> </ul>
2000		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crimes cibernéticos</li> <li>• Maior responsabilização corporativa</li> <li>• Questões de privacidade (<i>data mining</i>)</li> <li>• Má administração financeira</li> <li>• Corrupção internacional</li> <li>• Perda de privacidade – empregados versus empregadores</li> <li>• Furto de propriedade intelectual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulamentações empresariais exigem medidas de salvaguardas éticas mais fortes (Diretrizes para o Pronunciamento de Sentenças Federais para Organizações nos EUA; Lei de Sarbanes-Oxley de 2002).</li> <li>• Crescem os esforços anticorrupção.</li> <li>• Passa-se a enfatizar a responsabilidade social corporativa e a gestão da integridade.</li> <li>• Formação de centros internacionais de ética para atender às necessidades dos negócios globais.</li> <li>• Convenção antissuborno da OCDE (1997–2000).</li> </ul>

Fontes: GHILLYER, 2014, p. 29

Matos (2017) entende que no contexto atual não é uma questão de opção ser ético. E relaciona o fracasso de uma organização ao seu comportamento.

Existem alguns traços culturais que devem ser revistos e evitados pela empresa, como:

- Concentração de poder, dominação e tendência à fragmentação;

- Corrupção do poder, privilégios e assistencialismo opressor;
- Competição predatória, egoísmo e falta de visão social;
- Expressão de possessividade, canibalismo social e ânsia obsessiva de possuir cada vez mais (MATOS, 2017).

As pessoas jurídicas de acordo com Leisinger e Schmitt (2001, p. 24) possuem direitos e deveres morais, são eles:

- Empenhar-se e engajar-se a curto e longo prazo pelo bem da empresa;
- Cuidar com responsabilidade da segurança e previdência de colaboradores e colaboradoras;
- Levar em conta da maneira mais ampla possível os interesses do meio ambiente;
- Levar em conta da maneira mais ampla possível os desejos dos consumidores;
- Produzir e oferecer a preços razoáveis, produtos e serviços que sejam úteis, seguros, saudáveis e, sob o aspecto qualitativo, os melhores possíveis;
- Criar ou pelo menos manter vagas de trabalho;
- Engajar-se em favor do contexto social, apoiar as comunidades e assumir responsabilidade social, bem como, ultimamente em medida cada vez maior;
- Levar em conta interesses de curto e longo prazo dos acionistas da empresa.

A ética empresarial pressupõe: liberdade, dignidade, igualdade de oportunidades e direitos humanos. Dentro da organização pode, inclusive, trazer lucros, já que traduz em confiabilidade de pessoas e produtos, fundamental para efetivar negócios (MATOS, 2017).

Os principais interessados pelo comportamento da organização são os *stakeholders*. Exemplificado na figura abaixo.

Figura 3 - Interesses dos *stakeholders*

<b>Stakeholders</b>	<b>Interesse na organização</b>
Acionistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescimento no valor das ações da empresa</li> <li>• Receitas provenientes de dividendos</li> </ul>
Empregados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprego estável e uma remuneração justa</li> <li>• Ambiente de trabalho seguro e confortável</li> </ul>
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Troca justa" – produto ou serviço com valor e qualidade aceitáveis pelo dinheiro gasto</li> <li>• Produtos seguros e confiáveis</li> </ul>
Parceiros fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pagamento dentro do prazo pelos bens entregues</li> <li>• Pedidos regulares com uma margem de lucro aceitável</li> </ul>
Varejistas/atacadistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregas precisas de produtos de qualidade dentro do prazo e por um custo razoável</li> <li>• Produtos seguros e confiáveis</li> </ul>
Governo federal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Receita proveniente dos impostos de renda</li> <li>• Operação em conformidade com toda a legislação relevante</li> </ul>
Credores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pagamentos do principal e de juros</li> <li>• Pagamento de dívidas segundo o calendário acordado</li> </ul>
Comunidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprego de residentes locais</li> <li>• Crescimento econômico</li> <li>• Proteção do meio ambiente local</li> </ul>

Fonte: GHILLYER, 2014, p. 24

Comportamentos antiéticos causados aos *stakeholders* podem trazer os seguintes impactos:

Figura 4 - Impactos causados aos *stakeholders* por comportamentos antiéticos

<b>Stakeholders</b>	<b>Interesse na organização</b>
Acionistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informações financeiras falsas e enganosas nas quais basear decisões de investimento</li> <li>• Perdas no valor das ações</li> <li>• Cancelamento de dividendos</li> </ul>
Empregados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perda de emprego</li> <li>• Dinheiro insuficiente para pagar pacotes de indenização demissional ou para cobrir despesas com aposentadoria</li> </ul>
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Má qualidade de serviços (quando a WorldCom lutava para integrar os diferentes sistemas operacionais e de faturamento de cada empresa que adquiriu, por exemplo)</li> </ul>
Parceiros fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pagamentos atrasados por bens e serviços entregues</li> <li>• Faturas não pagas quando a empresa declarou falência</li> </ul>
Governo federal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perda de receitas provenientes de impostos de renda</li> <li>• Não cumprimento da legislação relevante</li> </ul>
Credores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perda dos pagamentos do principal e de juros</li> <li>• Não pagamento de dívidas segundo o calendário acordado</li> </ul>
Comunidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desemprego de residentes locais</li> <li>• Declínio econômico</li> </ul>

Fonte: GHILLYER, 2014, p. 25

“A ética empresarial é administrável, desde que haja educação corporativa que a suporte” (MATOS, 2017, p. 210).

### 3.3 CÓDIGO DE ÉTICA

A missão, valores e princípios, assim como a multiculturalidade, os aspectos étnicos e religiosos praticados pela empresa, devem ser respeitados pelas pessoas que fazem parte deste ambiente. É criado então, o código de ética e conduta empresarial. O Instituto Ethos (2000, p. 9) entende que:

Um código de ética pode ser um instrumento útil para dar aos profissionais de uma empresa diretrizes e orientações sobre como agir em momentos de tomada de decisões difíceis e/ou relevantes, reduzindo os riscos de interpretações subjetivas quanto aos aspectos morais e éticos.

Segundo Matos (2017, p. 211), código de ética é “a construção coletiva como expressão de autenticidade e compromisso com princípios, valores, atitudes e comportamentos.

Na definição de Ghillyer (2014, p. 26) pode se entender que é:

Um guia de apoio à tomada de decisão cotidiana no trabalho. Ele esclarece os fundamentos de uma organização – missão, valores e princípios -, ajudando gerentes, empregados e *stakeholders* a compreender como esses fundamentos se traduzem em decisões, comportamentos e ações no dia a dia.

Para Arruda (2002) quando a empresa sente a necessidade de elaborar um código de ética é porque já tem seus princípios e valores definidos. O autor ainda define como “políticas e práticas específicas, abrangendo os campos mais vulneráveis, são reunidos num relatório de fácil compreensão, para que possa circular adequadamente por todos os funcionários” (ARRUDA, 2002, p. 40). Devem ser criados, tratando de questões relativas ao segmento (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2012).

O Instituto Ethos (2000, p. 6) afirma que “para que o código de ética seja bem-sucedido, sua concepção deve envolver todos os interlocutores com os quais a empresa se relaciona”. Incluindo os conselheiros, diretores, sócios, funcionários, fornecedores e outras pessoas que tenham interesse pela empresa (SANTOS, 2015).

O código de ética se implica em três dimensões fundamentais:



- Dimensão Preventiva – Traduz as diretrizes éticas na linha educativa como prevenção às situações críticas;
- Dimensão Corretiva – Compõe as diretrizes éticas na linha educativo-diagnóstica de problemas detectados e na orientação e assistência para suas correções;
- Dimensão educativo-saneadora – visa, em vigor, preservar a qualidade e excelência, propondo punições exemplares (MATOS, 2017, p. 211)

Com objetivo e clareza deve orientar, no exercício das atividades profissionais e na conduta como cidadão, o que é recomendável e o que é inaceitável (MATOS, 2017).

De acordo com Arruda (2002) alguns tópicos devem ser abordados, como:

- Respeito às leis do país;
- Lealdade entre os funcionários;
- Respeito entre chefes e subordinados;
- Conflitos de interesse;
- Proteção do patrimônio da instituição;
- Propriedade de informação;
- Entre outros.

Para a elaboração do processo há empresas que contratam um consultor (externo) no qual deve “conhecer a estrutura e a cultura da empresa, transmitir confiabilidade, ter boa relação interpessoal e saber ouvir” (SANTOS, 2015, p. 22). As diretrizes, pautam-se em princípios básicos, como:

- Ser implica uma mesma essência, em compostura e competência ética e autenticidade e competência institucional;
- Ser integro na atitude e no comportamento, fundados na lisura, na solidariedade, no sentido de missão;
- Ser integrado no espírito e no firme propósito em contribuir para a plena realização como instituição exemplar para a sociedade (MATOS, 2017, p. 215).

“O código de ética pode seguir um padrão convencional, mas o que importa é a força que transmite como espírito e orientação de conduta” (MATOS, 2017, p. 218).

## 4 PESQUISA

### 4.1 EMPRESA

A empresa X atua no ramo de distribuição de produtos alimentícios em geral. Cresce rapidamente mesmo tendo pouco tempo de experiência desde sua fundação.

Os produtos comercializados e distribuídos são selecionados com o intuito de trazer benefícios à saúde dos clientes, por isso estão em destaques os naturais e artesanais.

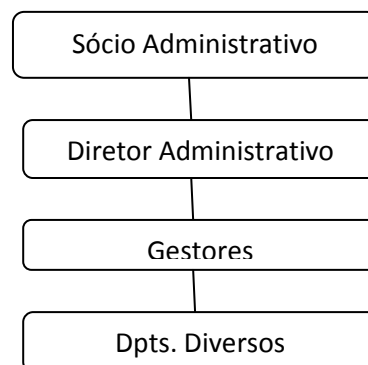
Com o resultado positivo e com seu crescimento repentino, não conseguiu manter controles administrativos, ocasionando assim desorganização interna e externa como também a perda de efetividade nas operações.

### 4.2 CONTEXTO E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Esta, no período da pesquisa, enquadrada no regime de tributação do Lucro Real para efeitos do Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL).

Conta com 40 funcionários especializados, possuindo a seguinte estrutura:

Figura 5 - Organograma



Fonte: Dados da pesquisa

A organização apresenta como missão e visão gerar valor aos clientes e ser uma empresa desejada e reconhecida no mercado em que atua. Entre seus valores

então em realizar a melhor entrega, tendo como premissas: Credibilidade; segurança e responsabilidade.

É disposto para os colaboradores um código de ética que trata da identidade organizacional, ambiente interno, diretrizes gerais, relacionamento interno, segurança, assédio, conflito de interesses, integridade das informações, etc. Além das relações com clientes, fornecedores, setor público, meio ambiente e com a comunidade.

#### 4.3 ANÁLISE DO CÓDIGO DE ÉTICA

A sociedade dedica-se em assegurar seus princípios éticos disponibilizando no código tópicos como:

- Trabalho infantil - Demonstrando ser contrária a qualquer forma de trabalho infantil;
- Trabalho compulsório ou forçado;
- Assédio moral, sexual e prática de discriminação – Revela repudio a qualquer tipo de assédio, exploração ou violência praticada entre os colaboradores, fornecedores ou prestadores de serviços. Incluindo também, a intolerância por qualquer tipo de discriminação;
- Meio ambiente – Acredita que por meio de uma atuação responsável e compromisso de todos, é possível gerenciar e minimizar impactos ambientais.
- Comunidade – Busca valorizar a região em que atua, privilegiando os fornecedores locais, recolhendo devidos impostos e contratando moradores locais.

Demonstram-se preocupados com o relacionamento interno entre os colaboradores enfatizando a importância da garantia do diálogo e respeito à diversidade.

Com relação aos clientes apresenta responsabilidades como: Sempre atendê-los com cortesia e eficiência.

Nas relações com os fornecedores, apresentam os seguintes itens:

- Ética e organização – Selecionar fornecedores de acordo com os valores e políticas da empresa.

- Inovação e qualidade – Construir relacionamentos colaborativos com fornecedores, para a criação de soluções inovadoras para as atividades.
- Respeito ao ser humano, à comunidade e ao meio ambiente.

A organização respeita o poder público e as leis aplicáveis. Obedecendo às normas legais.

#### 4.4 RESULTADO

Os compromissos e deveres com os valores éticos devem estar claros e evidentes. O código apresentado trata os assuntos com superficialidade e itens poucos direcionados.

É importante que na elaboração seja feito uma pesquisa para levantamento de informações, para que o código possa transmitir força como espírito e orientação de conduta (MATOS, 2017).

Dessa forma, poderia trazer a seguinte estrutura:

- ABRANGÊNCIA DO CÓDIGO

O Código de Ética da empresa considera relações com os seguintes públicos:

- Acionistas e investidores;
- Colaboradores e demais públicos internos;
- Comunidade e sociedade;
- Clientes;
- Fornecedores;
- Concorrentes; e
- Governo e órgãos reguladores.

- OBJETIVO DO CÓDIGO

O objetivo é definir princípios e valores básicos que retratam a identidade da empresa buscando guiar relacionamentos dela com suas partes interessadas.

- NEGÓCIO

Distribuidora de produtos alimentícios.

- MISSÃO

Gerar valor aos nossos clientes.

- VISÃO

Ser uma empresa desejada e reconhecida no mercado em que atua.

- VALORES

Realizar as melhores entregas tendo como premissas: Credibilidade, Segurança e Responsabilidade.

- A EMPRESA E OS ACIONISTAS

É indispensável à honestidade e o respeito mútuo entre majoritários, minoritários e empresa. Prezando pela harmonia e pelo estabelecimento de uma relação de confiança, algumas condutas devem ser adotadas:

I – Qualquer decisão de maior impacto tomadas por acionistas majoritários, é política da empresa divulgá-las na íntegra para toda a estrutura societária;

II – Os resultados contábeis devem estar disponíveis para todos os sócios, independente da participação societária;

III – É vedada qualquer alteração nos resultados por parte da diretoria da empresa visando transmitir uma falsa ideia aos acionistas minoritários e, assim, prejudicá-los. A transparência é um requisito básico de qualquer ação;

IV – Não é permitida a tramitação de informação privilegiada, de qualquer natureza, para determinados acionistas ou futuros acionistas;

V – A diretoria deve, sem ferir o conjunto de princípios éticos, buscar o crescimento, o aumento de competitividade e preservar ativos físicos, financeiros e intelectuais. Retornos positivos valorizam o capital investido do acionista;

- A EMPRESA E OS EMPREGADOS

São deveres dos empregados:

I – Exercer suas atividades de forma honesta, responsável, dentro dos prazos estabelecidos e com capacidade técnica;

II – Relacionar-se com clientes e colegas de trabalho de maneira estritamente profissional;

III – Participar de todos os treinamentos exigidos pela empresa;

IV – Informar ao seu superior qualquer problema de ordem operacional, não permitindo que nenhuma falha seja tratada sem o devido cuidado;

É vedado aos empregados:

I – Permitir que empatias ou interesses pessoais interfiram no trato com clientes, fornecedores e colegas de trabalho;

II – Não comparecer ao serviço sem causa justificada;

III – Retirar qualquer documento ou objeto existente no setor;

IV – Denegrir a imagem da empresa em seu convívio pessoal ou profissional;

V – Exercer quaisquer atividades profissionais incompatíveis com a descrição no contrato de trabalho.

- PRIVACIDADE

A organização adota a Política de Privacidade.

Dessa forma, foram estabelecidas diretrizes para que a privacidade da empresa e do funcionário seja preservada:

1. Empresa > Funcionário

I – Proteção à intimidade e privacidade do empregado no ambiente de trabalho, seja ele no fator socioeconômico, cultural ou político-jurídico;

II – É vedado qualquer compartilhamento de informações pessoais do funcionário para o ambiente externo;

III – No ambiente interno, os Recursos Humanos devem zelar pelo sigilo dos dados obtidos na contratação. A divulgação de informações para outro funcionário deve ser mediada pela assinatura de um termo de sigilo e responsabilidade;

IV – É proibida a interceptação de conversas (telefônicas e e-mails) pessoais dos funcionários.

V – Os processos de contratação, desligamento, promoção, aumento salariais, ou seja, de gestão de pessoas são realizadas com respeito, imparcialidade e transparência.

## 2. Funcionário > Empresa

I – As informações da empresa serão restritas a funcionários autorizados, mantendo a integridade e sigilo. Os empregados que utilizarem indevidamente dessas informações estarão sujeitos às penalidades previstas da lei;

II – Nenhuma informação relacionada à empresa, seja referente à situação econômica, jurídica ou operacional, deve ser relatada fora do ambiente de trabalho e para pessoas não autorizadas. Preza-se pelo princípio da confidencialidade.

### • SAÚDE, SEGURANÇA E BEM-ESTAR

A empresa preza pela felicidade, saúde, segurança e bem-estar dos colaboradores. Assim, busca manter um ambiente agradável para funcionários e clientes. São algumas medidas:

I – Controle da jornada de trabalho (horas extras) dos funcionários;

II – Ambiente bem iluminado e ventilado;

III – Câmeras de segurança, portões automáticos; saídas de emergência e extintores conforme prevê a lei;

- DIVERSIDADE

A diversidade está na integração com o público interno e externo, independente de características físicas, culturais, espirituais e financeiras. Dessa forma, estabelece-se:

- I – Contratação de uma equipe com características e experiências distintas;
- II – Ausência de preconceitos;
- III – Senso comunitário;
- IV – Respeito com as diferenças e limitações do próximo.

- ASSÉDIO SEXUAL

Na empresa será inaceitável qualquer tipo de assédio. O assediado receberá apoio por parte da organização, sendo respeitadas as suas escolhas de como conduzir a situação.

I – A organização se compromete a formalizar as reclamações, investigá-las e tomar as medidas cabíveis para a solução do caso. Toda a operação será realizada dentro da lei e sem expor aos envolvidos. Seja envolvendo funcionários, sócios ou clientes.

- ATUAÇÃO EXTERNA DA EMPRESA

Além do bom relacionamento entre empresa e seus funcionários e empregados e acionistas, é de suma importância que uma organização possua diretrizes bem definidas para atuar com os agentes externos. Isso porque não é possível manter uma operação na sua plenitude sem uma interação pacífica com o ambiente externo.

- CLIENTES

Oferecer serviços ao cliente é o que sustenta a operação da organização. Portanto a relação deve ser ética e cercada de regras bem definidas.

Visando o relacionamento transparente e cordial, definem-se algumas obrigações éticas por parte da organização com os seus clientes:



I – Incluir todas as observações pertinentes ao cliente (serviços inclusos, preços, multas, opções de pagamento, entre outros). Não omitir nenhuma informação de maneira desleal;

II – As propagandas dispostas, independente do veículo de transmissão, não deverão ser enganosas e dispor de artifícios confusos para atrair os clientes;

III – Agir com profissionalismo, respeito, transparência e cordialidade;

IV – Não fazer distinção de clientes. Independente de raça, gênero e cultura, deverá prevalecer a isonomia;

V – Zelar pelos dados dos clientes, garantindo a confidencialidade;

- FORNECEDORES

Os fornecedores são de suma importância e por isso é necessário descrever alguns pontos afim de manter a relação ética entre empresa e fornecedores:

I – É vedado qualquer pagamento de propina ou comissão a fim de manter cliente ou fornecedor;

II – Quantidades, prazos, formas de pagamento, garantia ou qualquer outra peculiaridade entre fornecedor e cliente, deve estar devidamente formalizada em um meio escrito, a fim de evitar qualquer questionamento;

III – Manter contratos éticos, não visando tirar vantagem da outra parte;

IV – Toda e qualquer relação entre empresa, seja ela representada pelos seus sócios ou colaboradores, com o fornecedor deve respeitar as leis vigentes no país, bem como ser guiada por valores éticos já descritos nesse código;

V – O relacionamento entre as partes deve ser conduzido respeitando a diversidade;

- CONCORRENTES

Embora a concorrência envolva conflitos de interesse, a competição deve ser guiada por princípios éticos. Assim, estabelece-se:

I – Não praticar difamação, sabotagem, espionagem ou qualquer ato ilícito e/ou que se estabeleça contra os princípios de lealdade e honestidade;

II – É vedada a cópia de qualquer material, físico ou digital, da concorrência;

III – O funcionário tem o livre arbítrio de frequentar a concorrência, porém fica proibido de constituir-se como figura para transitar informações entre as entidades.

- **ESFERA PÚBLICA**

A relação com os entes públicos deve ser conforme prevista em lei. A organização deve se comprometer a obedecer toda e qualquer determinação da esfera pública, assim como respeitar agentes que se configuram como autoridades públicas.

1. Órgãos arrecadadores e de fiscalização

O pagamento de impostos é obrigação da empresa. Assim, a mesma se compromete a honrar com suas obrigações fiscais. Ainda, não será permitido qualquer artifício para burlar ou atrapalhar o serviço de fiscalização. Colaborar com os órgãos responsáveis pela arrecadação é dever de cidadania.

2. Agentes públicos e políticos

Manter relacionamento ético e transparente com agentes públicos e políticos é indispensável.

Com relação aos órgãos públicos, as relações devem ser legais e a organização deve seguir a regulamentação do setor, assim como qualquer oportunidade de agir em desconformidade com as determinações legais deve ser rejeitada. Seguir as regras definidas (alíquotas de impostos, condições para assegurar financiamento, requisitos para participar de licitações, entre outros) é obrigação da organização.

Na esfera política, fica vedado a doação de recursos para qualquer candidato, seja em campanhas políticas ou para qualquer outro fim.

- **MEIO AMBIENTE**

A empresa é comprometida com a proteção e preservação do meio ambiente. As ações em prol desse fim são realizadas no cotidiano.

Os colaboradores e clientes são orientados para seguir determinados preceitos:

I – Separar os lixos e descartá-los nas lixeiras corretas;

II – Usar racionalmente o recurso natural água, seja em torneiras como em descargas;

III – Manter luzes apagadas em ambientes que não estejam sendo utilizadas;

A empresa se compromete a:

I – Alocar lixeiras, com suas devidas cores e sinalizações, na região central do estabelecimento, tornando fácil o acesso;

II – Manter torneiras com desligamento automático nos sanitários;

III – Buscar implantar iluminação que reduzam o consumo de energia;

IV – Fiscalizar, construir e manter instalações para que as mesmas não poluam o meio ambiente;

V – Obedecer a Legislação Ambiental vigente;

VI – Adquirir produtos e serviços que reduzam os impactos ambientais.

- **COMUNIDADE - AÇÕES FILANTRÓPICAS**

Conhecer as necessidades da comunidade é uma preocupação, a qual busca, além de desenvolver projetos sociais voltados para a região em que está instalada, contribuir com o progresso social sem discriminação geográfica. Dessa forma, a organização desenvolveu algumas diretrizes, tais como:

I – Conceder dispensa a funcionários que realizam trabalhos voluntários, não incorrendo em desconto salarial ou perda de dias de férias, limitado a um dia mensal e data previamente acertada e comprovada à Diretoria;

II – Treinar funcionários para que atendam de maneira cordial toda a comunidade que procurar a organização.

- **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A aplicação deste código de conduta é muito importante para cada um dos interessados, pois reflete as políticas da Companhia;

Eventuais dúvidas ou dilemas éticos podem ser esclarecidos com o gestor e/ou superior direto;

O anonimato é assegurado a quem deseja relatar possíveis comportamentos ou ações em desacordo com este código de conduta. O sigilo da apuração será rigorosamente mantido e medidas apropriadas serão adotadas, caso seja necessário;

A gestão do Código de Conduta é de responsabilidade da Diretoria Executiva da Companhia, que dará subsídios às decisões;

Cabe à Diretoria Executiva da Companhia manter atualizadas as diretrizes deste Código, sendo responsável pela interpretação do texto e definição de comportamentos que não estejam ainda previstas neste documento;

Este código de conduta deverá ser amplamente divulgado entre todos os clientes, colaboradores, fornecedores, prestadores de serviços e parceiros de negócios, e seu conhecimento devem constar em contratos de trabalho, clientes, pedido de compras em caso de fornecedores, bem como o termo de responsabilidade arquivado no prontuário dos colaboradores;

Este código de conduta foi aprovado pelos Diretores, passando a vigorar a partir de sua divulgação;

Todos os colaboradores serão informados a respeito de alterações neste código de conduta, devendo reconfirmar a adesão;

## 5 CONCLUSÃO

Com as avaliações dos dados levantados, a empresa traz um resultado negativo, visto que para eficiência e eficácia do código de ética é necessário que a estrutura e tópicos sejam bem direcionados.

É conclusivo, a partir da análise, que existe um código de conduta, mas que não está de acordo com o proposto pela cultura e comportamento da organização, respondendo assim, o primeiro e segundo objetivo específico.

Como orientações para melhoria, terceiro e último dos objetivos específicos desta pesquisa, deve-se buscar atender a estrutura e princípios descritos em teoria, aplicando sempre aos valores culturais da empresa.

Com isso, todos objetivos específicos foram atingidos, pois foi verificado se a empresa possuía código de ética, se sim, se estava de acordo com a cultura e comportamento da organização. E com o resultado negativo, foi proposto um aperfeiçoamento daquilo que existia, além de ser averiguada sua eficácia.

## REFERÊNCIAS

- ALENCASTRO, M. S. C. **Ética empresarial na prática: Liderança, Gestão e Responsabilidade Corporativa**. Curitiba: Editora IBPEX, 1º Edição, 2010.
- ARRUDA, M. C. C. **Código de Ética: Um Instrumento que Adiciona Valor**. São Paulo: Negócios Editora, 2002.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ENGENHARIA DA PRODUÇÃO. **Ética, Ética Empresarial e Responsabilidade Social: Reflexões e Recomendações**. Foz do Iguaçu, 2007.
- BARBIERI, J. C; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva, 2012.
- CORTINA, A.; MARTÍNEZ, E. **Ética**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Ceará: UECE, 2002.
- FONSECA, R. C. V. **Metodologia do Trabalho Científico**. Curitiba: IESDE Brasil S.A.,2009.
- GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. Rio Grande do Sul: Editora da UFRGS, 1ª Edição: 2009.
- GHILLYER, A. W. **Ética nos Negócios**. Porto Alegre: AMGH Editora, 4ª Edição: 2014.
- HUMBERG, M. E. **Ética na Política e na Empresa**. São Paulo: Editora CLA, 2002.
- INSTITUTO ETHOS. **Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas – Reflexões e Sugestões**. São Paulo, 2000.
- LEISINGER, K. M; SCHMITT, K. **Ética empresarial: Responsabilidade global e gerenciamento moderno**. Petrópolis, 2001).

MATOS, F. G. **Ética na Gestão Empresarial**. São Paulo: Saraiva, 2017.

MELLO, L. M. **Ética nos negócios**. Curitiba, 2012.

PINEDA, E. S.; MARROQUÍN, J. A. C. **Ética nas empresas**. Porto Alegre: AMGH, 2011.

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