



ANTONIO MENEGHETTI FACULDADE

BRUNO GUADAGNUCCI DOS SANTOS

FERNANDA PLAZA REQUIA

**A IMPORTÂNCIA DO CÓDIGO DE CONDUTA E ÉTICA NAS
ORGANIZAÇÕES**

RECANTO MAESTRO

2015



BRUNO GUADGNUCCI DOS SANTOS
FERNANDA PLAZA REQUIA

**A IMPORTÂNCIA DO CÓDIGO DE CONDUTA E ÉTICA NAS
ORGANIZAÇÕES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Pós-Graduado no MBA Identidade Empresarial. Programa de Pós Graduação Business Intuition. Antonio Meneghetti Faculdade.

Orientadora: Ms. Josiane Barbieri

RECANTO MAESTRO

2015



BRUNO GUADGNUCCI DOS SANTOS

FERNANDA PLAZA REQUIA

**A IMPORTÂNCIA DO CÓDIGO DE CONDUTA E ÉTICA NAS
ORGANIZAÇÕES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Pós-Graduado no MBA Identidade Empresarial. Programa de Pós Graduação Business Intuition. Antonio Meneghetti Faculdade.

Banca Examinadora:

Orientadora: _____

Ms. Josiane Barbieri
Antonio Meneghetti Faculdade

Membro: _____

Dr. Érico Azevedo
Antonio Meneghetti Faculdade

Membro: _____

Dra. Patricia Wazlawick
Antonio Meneghetti Faculdade

RECANTO MAESTRO

2015

“Os homens tornam-se arquitetos construindo e tocadores de lira tangendo seus instrumentos.
Da mesma forma, tornamo-nos justos praticando atos justos”.

Aristóteles



RESUMO

SANTOS, Bruno Guadagnucci dos; REQUIA, Fernanda Plaza. **A Importância do Código de Conduta e Ética nas Organizações**. 2015. 47 p. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Pós-Graduado no MBA Identidade Empresarial. Programa de Pós Graduação Business Intuition. Antonio Meneghetti Faculdade. Recanto Maestro, 2015.

O presente estudo versa sobre a importância da existência de um código de conduta e ética específico das organizações, buscando mostrar o quanto essa ferramenta auxilia na gestão e nos processos administrativos e decisórios diários, além de incentivar a reflexão sobre a ética dentro da empresa. Também, é demonstrado que a forma adequada de implementação do referido regramento é essencial para sua eficácia, inclusive, quanto a revisão periódica das cláusulas para manter-se sempre atualizado com as mudanças comportamentais dos profissionais e da sociedade. Para alcançar seu objetivo, o estudo aborda a respeito da aplicação de alguns conceitos relevantes da ciência ontopsicológica nas etapas de construção e implementação de um código bem como traz entendimentos de filósofos, estudiosos e empresários sobre o tema, justificando sua relevância. A linha de pesquisa desenvolvida foi direito, ética e sociedade.

Palavras-chave: Código de Conduta. Ética. Direito. Ciência Ontopsicológica.



ABSTRACT

SANTOS, Bruno Guadagnucci dos; REQUIA, Fernanda Plaza. The Code of Conduct and Importance of Ethics in Organizations. 2015. 47 p. Work Completion of course presented as partial requirement for obtaining a Postgraduate title in MBA Corporate Identity. Graduate Program Business Institution Antonio Meneghetti College. Recanto Maestro, 2015.

This study deals with the importance of a code of conduct and specific ethics of organizations, seeking to show how this tool helps in the management and daily decision-making and administrative processes, and encourage reflection on the ethics within the company. Also, it is shown that the appropriate way of implementing that said regramento is essential to their effectiveness, even as the periodic review of its provisions to keep up to date with the behavioral changes of professionals and society. To achieve its objective, the study discusses about the application of some relevant concepts of ontopsychological science in construction stages and implementation of a code and brings understanding of philosophers, scholars and entrepreneurs on the subject, justifying its relevance. The developed research line was Right, Ethics and society.

Key- Words: Code of Conduct. Ethics. Right. Science Ontopsychological.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	7
2	CONCEITUANDO ÉTICA	8
3	OS BENEFÍCIOS DO COMPORTAMENTO ÉTICO	10
4	A INFLUÊNCIA DO CÓDIGO DE CONDUTA E ÉTICA NO COTIDIANO	12
5	ÉTICA E LUCRO	14
6	CÓDIGO DE CONDUTA E ÉTICA EMPRESARIAL	17
7	DESAFIOS DO PROCESSO DE IMPLEMENTAÇÃO DO CÓDIGO DE CONDUTA E ÉTICA	19
8	O DESENVOLVIMENTO DO CÓDIGO	21
9	CONTEÚDO E RELAÇÃO COM O CONTRATO DE TRABALHO	23
10	APLICAÇÃO DE CONCEITOS DA CIÊNCIA ONTOPSICOLÓGICA NO PROCESSO DE ELABORAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DO CÓDIGO DE CONDUTA E ÉTICA	25
11	CONCLUSÃO	30
	REFERÊNCIAS	32
	APÊNDICE	35

1 INTRODUÇÃO

Uma imagem institucional forte e confiável se constrói a partir da prática de políticas éticas. Um comportamento ético por parte das organizações gera desenvolvimento e competitividade. Mas como desenvolver essas políticas? Que ações são necessárias? Como assegurar que todos na empresa tenham condutas similares diante de eventos que possam ferir princípios éticos e, conseqüentemente, trazer riscos para o negócio?

Sem dúvida, essas são questões que afligem muitos administradores e empresários.

É de suma importância às empresas definirem os princípios e valores que devem reger seus negócios. Todavia, apenas definições não bastam, precisa-se ir além. É preciso assegurar que todos na organização saibam como agir diante de eventos que possam gerar dúvidas de natureza ética, tais como: posso receber presentes de fornecedores? Posso contratar um parente para trabalhar no meu departamento? Posso contratar a empresa do meu irmão como fornecedora? Posso exercer atividades políticas nas dependências da empresa? Posso usar o sistema de e-mail da empresa para fins particulares? Dentre outras dúvidas.

Os códigos de conduta e ética corporativa trazem a missão, a visão e os princípios da empresa, itens os quais todo profissional da instituição deve conhecer. Através do código de conduta e ética institucional é possível perceber a função da empresa na sociedade e os valores que lá se cultivam. Também, é de fundamental importância para pautar o padrão de conduta na empresa e deve ser o principal instrumento para eliminar dúvidas de natureza comportamental e ética, dando segurança a todos que trabalham ou se relacionam com a organização.

Por outro lado, não basta apenas ter um código. É necessário que se estabeleça um processo de gestão eficaz da conduta corporativa para que, no longo prazo, ela se incorpore naturalmente à cultura da organização.

Ao longo deste trabalho será exposto o fundamento da sua importância e a adequada forma de implementação, inclusive, com a apresentação, ao final, de um código que poderá ser utilizado como base elementar pelas organizações interessadas.

2 CONCEITUANDO ÉTICA

Ética tem origem na palavra grega *ethikós* e significa modo de ser. Representa as características de um grupo, a forma de agir de um coletivo em relação a sua cultura. Com a evolução da história, ética passou a ser considerada como caráter ou conjunto de princípios e valores morais que norteiam a conduta humana na sociedade (FERREIRA, 2008).

A obra de Vidor (2009, p. 204) também traz o conceito que “ética é o termo grego que, em sua etimologia, significa costume, uso ou modo de ser. A ética adquiriu, através do uso, mais a conotação de comportamento individual e profissional”.

Já Meneghetti (2003, p. 207), sintetiza bem o significado de ética: “A ética é o homem ético”.

Vários são os tipos de ética, todavia, voltada ao presente estudo, a ética normativa e a deontológica merecem destaque.

A ética normativa tem a competência de refletir, justificar e fundamentar os conceitos morais. Ou seja, através da ética normativa podemos compreender as implicações dos valores adotados pelas diversas sociedades para nortear as ações dos indivíduos, suas condutas dentro do corpo social e como esses valores se justificam. A ética normativa racionaliza os entendimentos sobre os valores morais aceitos e desenvolvidos pelos grupos sociais. Ocupa-se em determinar os princípios do que é certo e do que é errado, o que tem seu valor justificado ou não dentro dos códigos morais.

Mas como julgar o que é moralmente aceito, que ações devemos ou não fazer enquanto agentes morais? Alguns pensadores defendem o princípio das virtudes, como Aristóteles, ou a ética deontológica, como Kant e sua proposição de que alguns valores sociais devem ser compreendidos como direitos e algumas ações como obrigações dos indivíduos que compõem a sociedade. Em posição a essa ideia, pensadores como Stuart Mill, entendem que a justificação dos valores morais se processa pela sua utilidade social. A ética normativa tem a proposta de fundamentar a moral e de justificar as ações do homem. (SANTOS, 2011)

A ética Kantiana é deontológica porque defende que o valor moral de uma ação reside em si mesma, na sua intenção, e não nas suas consequências. Em geral, uma teoria é deontológica se considera que agir moralmente consiste em cumprir o dever pelo dever e que há deveres absolutos, ou seja, deveres que são obrigatórios cumprir independentemente das consequências. Para Kant, o que importa é o modo ou a forma como se cumpre o dever. Em

outras palavras, a intenção ou o motivo que leva a fazer a coisa certa (não matar, não roubar, não mentir) é o que conta. Fazer a coisa certa por interesse ou conveniência, para Kant, retira valor moral à ação. Para que uma ação seja correta não basta cumprirmos os nossos deveres, porque não é o que fazemos, mas a intenção com que o fazemos é que determina se a nossa ação é moralmente valiosa. (RODRIGUES, 2014)

Talvez seja desse conceito que se originou o jargão popular: fazer o que tem que ser feito quando ninguém estiver olhando.

Considerando estes conceitos, indaga-se, como agir para ter postura ética?

O indivíduo que possui uma postura ética respeita o próximo, que pode ser um colega de trabalho, um cliente, um fornecedor, qualquer cidadão. Ser ético significa, também, que ele respeita a sociedade e que tem responsabilidade social. E essa é uma prática que deve ser diária, fazer parte do cotidiano dos profissionais da empresa. A ética não pode estar presente apenas em um caso isolado.

A ética deve ter suas raízes no fato da moral, como sistema de regulamentação das relações entre os indivíduos ou entre estes e a comunidade. Por ser a moral uma forma de comportamento humano que se encontra em todos os tempos e em todas as sociedades, partimos do critério de que é preciso considerá-la em toda a sua diversidade, fixando, de maneira especial, em suas manifestações atuais. (VAZQUEZ, 2006)

Vê-se, portanto, que ética tem significativa amplitude e diversidades que precisam ser consideradas em todas as etapas do processo de implementação do código.

3 OS BENEFÍCIOS DO COMPORTAMENTO ÉTICO

Por que as empresas devem se preocupar com a conduta e a ética de seus profissionais?

A escrita tem força e dá credibilidade à regra, portanto, formalizar seus princípios, crenças e valores é o primeiro ponto ao qual uma empresa deve se ater.

A exposição da missão, visão, valores e princípios éticos da empresa assegura a ela um status¹ de solidez. Na relação com qualquer de seus *stakeholders*, ou seja, com qualquer pessoa ou instituição que esteja direta ou indiretamente envolvida com ela, ou tenha interesse, o comportamento e a ética dos profissionais que nela atuam são fundamentais para a sobrevivência da empresa.

Portanto, é preciso que cada profissional tome conhecimento deles porque essa será a base de todo êxito. Mas não se trata evidentemente de pôr no papel postulados bonitos, a partir de boas intenções, reunidos em discussões que podem levar apenas algumas poucas horas. É preciso que seja uma crença real, verdadeira, vivida ao longo de anos, que se materialize em texto com o propósito de torná-la perene. Muitas vezes, no processo, descobre-se que há brechas e desvios aqui e ali; práticas que devem ser abandonadas; dentre outras. Não importa: a própria discussão ajuda a sanar os problemas.

Pertinente ao tema, segue transcrição de trecho da obra de Aristóteles (2011, p. 41-42):

Portanto, as ações são ditas justas e temperantes quando são tais como as que praticaria o homem justo ou temperante; mas o homem que as pratica não é justo e temperante apenas por praticá-las e sim porque as pratica tal como o fariam os homens justos e temperantes. Está certo, então, dizer que é pela prática de atos justos que o homem se torna justo, e é pela prática de atos temperantes, que o homem se torna temperante, e sem essa prática ninguém teria nem sequer a possibilidade de tornar-se bom.

Voltando à pergunta inicial, a resposta está nos benefícios que o comportamento ético traz. Vejamos alguns trazidos por Penido (2008, p. 18):

- melhora as relações internas e externas, o que incentiva o desenvolvimento dos negócios;
- melhora a imagem institucional;
- aumenta a satisfação dos profissionais no ambiente de trabalho;
- ajuda na motivação dos profissionais em cumprir a missão empresarial;
- ajuda na diminuição de custos com possíveis processos por desvio de conduta;
- ajuda na redução de rescisões de contratos e processos trabalhistas;
- ajuda na construção de uma sociedade mais justa e sustentável.

¹O *status* é atribuído quando independe da capacidade do indivíduo para sua obtenção; ele recebe este status quando nasce. Mais definições através do link https://pt.wikipedia.org/wiki/Status_social.

Pode-se ver, a partir do que foi exposto até o momento, e ratificado pelos autores citados, que muitos podem ser os benefícios da prática da ética e da boa conduta na empresa e na vida dos profissionais que com ela interagem, tanto interna como externamente.

4 A INFLUÊNCIA DO CÓDIGO DE CONDUTA E ÉTICA NO COTIDIANO

De acordo com o exposto no presente estudo, a elaboração de um código de conduta e ética que esteja diretamente relacionado ao negócio da empresa, será de grande utilidade na tomada de decisões, facilitando os empresários a utilizarem o bom senso na gestão das pessoas e dos seus negócios.

Considerando que os profissionais passam mais tempo no trabalho que em suas residências, a maneira como se comportam no ambiente de trabalho acabam por influenciá-los em seu cotidiano, de modo que, se cada pessoa se direciona com respeito e atitudes virtuosas, não só a instituição se beneficiará como, também, sua família, seus amigos, a sociedade.

O cuidado com a conduta das pessoas é uma preocupação importante daqueles que as formam. As empresas, por sua vez, estão cada vez mais investindo na formação de seus profissionais, contribuindo, a partir de práticas cidadãs manifestadas através da ampliação e divulgação do conhecimento, possibilitando oportunidades à comunidade de conhecer valores desconhecidos.

Cortella (2008, p. 124) assim entende: “A vida não nos pertence, somos parte dessa vida. Por isso, é preciso discutir, ensinar, refletir e aprender também. Nós podemos, queremos e devemos. É nosso dever ético que façamos isso”. No mesmo sentido, voltando-se para administração de empresas, orienta Nalini (2013, p. 411):

O certo é que a empresa contemporânea precisará se atualizar, antever a mudança de rumos da sociedade, antecipar-se às necessidades. Extrair das megatendências aquelas que interessam ao seu negócio. E pensar que uma educação mais consistente levará o consumidor e os stakeholders a exigências cada vez mais sofisticadas.

Este é também o entendimento do vice presidente do banco Itaú, Antonio Jacinto Matias, citado por Srour (2003, p. 391) “[...] qualidade, produtividade e competitividade estão diretamente relacionadas ao grau de formação e preparo dos empregados”.

Assim sendo, é de grande valia a participação dos profissionais na elaboração do código, como, também, em sua implementação, de maneira a direcioná-los para os estudos sobre comportamento e ética, desenvolvendo uma consciência para conduta de bons profissionais. Pelo fato de participarem dessa elaboração, sentem-se praticamente comprometidos a cumprir as regras estabelecidas, principalmente por entenderem o quão importante elas podem ser em suas atividades diárias.

As transformações da conduta do ser humano no século XXI têm obtido ênfase por se tratar de pessoas que possuem cultura facilmente influenciáveis pelas mudanças sociais inerentes ao processo de globalização. Concordando com Aristóteles, o exagero é motivador para a criação de conflitos com os outros, podendo, também, afetar o caráter. Assim sendo, pode-se considerar que a moderação leva a conduta virtuosa e um código de conduta e ética pode servir como alicerce na construção da essência humana que se traduz em valores éticos e morais.

A propósito do tema construção da essência humana, segue trecho da obra de Aristóteles (2011, p. 41):

[...] devemos tornar-nos justos praticando atos justos, e temperantes praticando atos temperantes; com efeito, se os homens praticam atos justos e temperantes, é que já tem essas virtudes, do mesmo modo que, se fazem coisas em conformidade com as leis da gramática e da música, é que já são gramáticos e músicos.

Destarte, claro está que o código de conduta e ética tem significativa influência no comportamento cotidiano dos profissionais que se relacionam com uma empresa detentora e seguidora deste regramento.

5 ÉTICA E LUCRO

Quando o assunto é ética nos negócios, os gestores se deparam com indagações voltadas ao fato da concorrência nem sempre ser ética; questiona a validade de se agir eticamente e perder um negócio, bem como também questiona como deverá agir se um de seus profissionais mais produtivos contornar as regras.

Enquanto profissionais, os dilemas não são mais pacíficos, e giram em torno de: o que eu tenho como resultado se agir eticamente? Porque hei de ser o primeiro na empresa a tentar fazer as coisas de forma diferente? Será que o meu diretor vai me apoiar?

Por força dessas indagações é que a ética é um tema raramente discutido nas empresas. No entanto, estudos e pesquisas demonstram que agir com integridade e sentido de ética compensa, porque atrai os melhores profissionais, fideliza clientes e cria uma cultura forte. Pensar que a ética é um tema supérfluo é errôneo pois, implementar um código de ética nas empresas podem contribuir para os lucros no longo prazo.

Ética e lucros não se misturam. Esse é um dos argumentos frequentemente defendido pelos gestores mais céticos das organizações. Também, outro argumento bastante utilizado é o de que tudo o que interfere na gestão de uma empresa, enquanto geradora de lucro, não tem valor, aumenta os custos e, por isso, deve ser eliminado. Mais um argumento rotineiramente dito por outro tipo de céticos é o de que as empresas que não agem eticamente, externalizam custos para a sociedade e, por isso, não deveriam existir ou deveriam pagar um preço por isso.

Os argumentos são fortes, porém, a gestão eticamente responsável produz melhores resultados.

A maneira como os valores das empresas são representados e desenvolvidos pelo código de conduta e ética tem impacto na performance financeira das empresas no longo prazo. Quanto mais se vivem os valores da empresa, mais fácil é decidir e gerir com confiança e menos probabilidades existem de prejudicar a imagem da empresa. Um comportamento eticamente responsável influencia positivamente o ambiente externo pois, clientes e fornecedores adotam mais facilmente a mesma postura ética, os custos relacionados com uma possível fraude e corrupção diminuem, a rotação dos profissionais mais importantes também reduz. Portanto, cria-se um ciclo virtuoso e um ambiente propício à inovação. (SERAFIM, 2008)

Profissionais mal intencionados, somado à oportunidade de uma falha de um processo administrativo, se apoderam desta brecha para cometer atos ilícitos e obter alguma vantagem ou benefício próprio.

Estes atos podem ser enquadrados em diferentes naturezas de importância, desde a falta de ética, que fere a moral mas que não seja coerciva, como a falta de ética que seja o desvio de valores ou falsificação de documentos que, neste caso, trata-se de uma ação antiética e ainda criminal, portanto, imoral e coerciva passível de penalidades mais severas.

Como já dito, a falta de ética e de uma boa conduta também geram altos custos relacionados ao índice de *turnover*² nas organizações (índice de demissões e contratações). Empresas que não possuem uma relação de valores e comportamento organizacional dentro de princípios éticos não retêm talentos, ao contrário, demitem acima da taxa natural de rotatividade do mercado. Esta variação gera sérias consequências em despesas com folha de pagamento, impostos e, em muitos casos, ex-funcionários acionam juridicamente a empresa após seu desligamento, atribuindo alguma falta relacionada a assédio moral ou algo do gênero.

O lucro da ética aplicada (diferente do mero marketing) virá por acréscimo quando as empresas forem reconhecidas como empreendimentos humanos, sérios, idôneos e sensíveis a tudo aquilo que realmente importa, e que não se resume ao produto que fabricam ou ao serviço que prestam.

Quando a preocupação com o lucro assume na empresa o papel centralizador e único de seus interesses, e não lhe permite a ampliação de horizontes participativos além de seus limites, ela corre sérios riscos e pode comprometer sua própria permanência no mercado. Essa postura tipicamente egoísta inibe oportunidades de crescimento profissional, não constitui o alicerce de uma saudável cultura empresarial nem propicia a criação de uma história digna de respeito. A ganância é um vício que gera o clima ideal para propagar corrupções, sentimentos negativos e descontentamentos entre profissionais, e isso representa a soma de fatores negativos que desestabiliza qualquer empreendimento. (OLIVEIRA; CASTRO, 2007, p. 83)

Assim sendo, pode-se afirmar que as organizações que conseguem colocar em prática suas crenças e valores através da disseminação de bons comportamentos e clima organizacional saudável entre seus profissionais e que, desde o início no recrutamento e seleção de pessoal já está preparada para a melhor escolha de seus profissionais, aliada a uma boa estrutura de processos e padrões de auditoria contínua, são mais eficientes em combater o problema da falta de ética e, por consequência, diminuem os riscos de despesas não programadas. Certamente estas empresas rumam à um crescimento sustentável.

² Em português, a rotatividade de pessoal, no contexto de Recursos Humanos, refere-se à relação entre admissões e demissões ou à taxa de substituição. Mais definições através do link <http://pt.wikipedia.org/wiki/Stakeholder>

Nesse sentido, segue parte do depoimento do diretor presidente da empresa Votorantim Celulose e Papel:

Desde a sua implementação, ficou claro para todos nós da VCP, que o Código de Conduta, além de acrescentar valor, apoiar o crescimento e a constante busca pela excelência, é um documento dinâmico que contempla todos os nossos públicos relacionais, independente da região, da cultura ou do mercado em que atuamos. E é exatamente por ser dinâmico que o nosso Código não deve, e nem pode ser restritivo. Suas diretrizes devem ser constantemente analisadas e atualizadas, para que estejam sempre em acordo com o processo de conquista da governança corporativa. AVCP acredita que, empresas que se norteiam por um código de conduta ética conquistam a confiança de seus profissionais, garantem o compromisso de clientes e parceiros e, principalmente recebem o tão almejado "certificado de reconhecimento" da sociedade em geral. (PENIDO, 2008, p. 18)

Apresentando um bom desempenho administrativo e econômico, de forma a cobrir custos e acumular capital, a empresa abrirá oportunidade para mais empregos, proporcionará melhores salários e arrecadação de impostos, podendo ofertar preços adequados ao consumidor e com mais qualidade nos serviços. Logo, justificado está que ética e lucro estão diretamente relacionados com o crescimento de toda e qualquer organização.

6 CÓDIGO DE CONDUTA E ÉTICA EMPRESARIAL

O código de conduta e de ética é uma ferramenta que busca enfatizar a visão, missão e valores da empresa. “É a declaração formal de suas expectativas, servindo para orientar as ações de seus profissionais e explicitar a postura da empresa diante dos públicos com quem interage.” (ARRUDA; RAMOS; WHITAKER, 2003, p. 64).

Cada empresa sabe o que precisa fazer e o que espera de cada profissional para conseguir excelência em sua atuação no mercado. Por esta razão o código de conduta e ética deve ser concebido pela própria empresa de modo a expressar sua cultura, já que cada pessoa e empresa têm suas próprias características pessoais e profissionais, ideologias, crenças, cultura etc.

Além disso, é necessário que o conteúdo do código seja claro e objetivo, de forma a facilitar a compreensão de todos. O código de conduta e ética deve ser um documento que sirva de parâmetro para diversos comportamentos, tornando claras as responsabilidades de cada indivíduo, inclusive, expondo as ações disciplinares caso haja violação de seus artigos.

No código são abordados diversos tópicos, tais como, respeito às leis do país, conflitos de interesse, proteção do patrimônio da instituição, transparência nas comunicações internas e com os *stakeholders*³ da organização, denúncia, prática de suborno e corrupção em geral. Além disso, o código pode fazer referência à participação da empresa na comunidade, dando diretrizes sobre as relações com sindicatos, governo e outros órgãos públicos.

O código de conduta e ética em uma empresa torna-se vantajoso para os públicos com as quais ela interage, pois fortalece a imagem da organização, agregando valor, já que no século XXI, a ética passou ser um fator de competitividade. Segundo Schwartzapud Porto e Porto (2005, p. 101), os “Valores são definidos como ‘representações de ideias abstratas implícita ou explicitamente compartilhadas sobre o que é bom, correto e desejável para uma sociedade’”.

Esta é a afirmação feita por Nalini “a ética não perdeu o seu espaço como urgência universal.” (2013, p. 11).

Também, a adoção do *codex*⁴ proporciona aumento na integração entre os profissionais da empresa, de modo que as pessoas se sintam seguras ao adotarem determinadas formas de se conduzir, servindo de parâmetro para a solução de problemas bem como alicerce para a empresa no desvio de conduta de seus profissionais, acionistas, fornecedores, clientes e outros.

³Em português, parte interessada ou interveniente, é um termo usado em diversas áreas como gestão de projetos, comunicação social (Relações Públicas) administração e arquitetura de software referente às partes interessadas que devem estar de acordo com as práticas de governança corporativa executadas pela empresa. Mais definições através do link <http://pt.wikipedia.org/wiki/Stakeholder>

⁴ Origem latim, em português, código, livro, bloco de madeira. Mais definições através do link <http://pt.wikipedia.org/wiki/Stakeholder>

A abrangência do tema ética abordado no referido regramento é tão ampla a ponto da Professora Doutora Maria Cecília Coutinho de Arruda, coordenadora do Centro de Estudo de Ética nas Organizações da fundação Getúlio Vargas, acreditar que a solução do Brasil pode estar na ética praticada nas empresas. Vejamos:

Sinceramente, acredito que a solução do Brasil pode vir pelo caminho da ética nas empresas. Poucas instituições como a empresa ainda conseguem deter valores como disciplina, ordem, hierarquia, responsabilidade, honestidade, respeito, criatividade, iniciativa, espírito de equipe e coleguismo, compromisso, entre outros, de tão alto moral. Sem estes raios de sol, uma sociedade não se sustentaria. As virtudes vividas dentro de uma empresa chegam às famílias, à sociedade como um todo, como círculos formados por uma pedra jogada na água de um lago. Se pensarmos com calma, perceberemos que, de um modo geral, passamos numa empresa – ou numa organização – as melhores horas dos nossos dias e os melhores anos de nossas vidas, produzindo bens materiais, serviços ou ideias, que construirão uma civilização melhor. Isto tem que valer a pena (ARRUDA, 2008, p. 5).

Além dos pontos ora expostos, cumpre enfatizar que o código de conduta e ética de uma empresa atrai para seu convívio pessoas que se conduzem dentro de elevados padrões éticos e estes, certamente, agregarão valor à organização, fato que contribui para o fortalecimento da imagem da companhia no mercado.

A respeito do tema, segue transcrição de trecho da obra de Srour (2003, p. 58-59):

Nem o posicionamento moral das empresas pode ficar à mercê das flutuações e das inúmeras consciências morais individuais. Pautas de orientação e parâmetros para a solução de conflitos de interesse tornam-se indispensáveis. Reponta então uma conclusão: a moral organizacional virou chave para a própria sobrevivência das empresas [...] Há crescente demanda por transparência e probidade, tanto no trato da coisa pública como no fornecimento de produtos e serviços ao mercado. Caberia, então, às empresas convencionar e praticar algum código de conduta que esteja em sintonia com essas expectativas. Mas sobretudo, valeria a pena conceber e implantar um conjunto de mecanismos de controle que pudesse prevenir as transgressões às orientações adotadas.

Esta é uma das propostas do presente trabalho, qual seja, conscientizar o empresariado da importância de se implantar um código de conduta e ética nas empresas contendo, dentre outros, regras específicas do negócio e mecanismos de controle que previnam transgressões às orientações adotadas.

7 DESAFIOS DO PROCESSO DE IMPLEMENTAÇÃO DO CÓDIGO DE CONDUCTA E ÉTICA

As empresas que buscam atuar a partir de uma gestão ética se deparam com um grande e determinante desafio: a vulnerabilidade. Este fator diz respeito às diversas condutas praticadas pelos indivíduos. Pensando nisso é que os gestores procuram investir na formação dos seus profissionais, criando desafios para que cresçam e se superem, conquistando, assim, o comprometimento deles para com a organização.

A busca por atitudes comportamentais adequadas no ambiente empresarial levou os empresários a perceberem na ética uma maneira de estarem mais competitivos, estimulando o envolvimento dos seus profissionais e fortalecendo seu vínculo empregatício, implicando em maior produtividade, geração de lucros e, principalmente, motivação.

Porém, como fazer com que essas formas de conduta se incorporem na cultura da empresa? Para isso, alguns passos são fundamentais, como podemos ver a seguir:

- Possuir um código escrito, de forma clara e objetiva, que abranja ao máximo os temas que possam gerar dúvidas de natureza ética. Isso vai depender da empresa, do negócio, da formação de seus formuladores e da clientela a que se destina;
- Assegurar que todos na organização tenham pleno conhecimento e entendimento do código, incluindo também clientes, fornecedores e investidores;
- Manter uma comissão de ética para orientar a conduta em relação a temas eventualmente não contemplados no código, promovendo o seu contínuo aprimoramento e avaliando situações de exceção;
- Manter canal para acolher eventuais denúncias de infração ao código, com garantia de absoluto sigilo e confidencialidade;
- Punir exemplarmente os infratores do código;
- Manter permanentemente atividades que relembram a importância do código e seus diversos tópicos;
- Monitorar a conduta corporativa através de auditorias periódicas; e, principalmente,
- Assegurar que as lideranças “vivam o código” no dia a dia e que, portanto, as condutas éticas dos líderes falem mais alto do que seus discursos, posto que, o exemplo das lideranças constitui o mais importante elemento de formação de cultura ética nas organizações. (RODRIGUES, 2012, p. 01)

Ou seja, a opção pela adoção de um código de conduta e ética propicia que todos, dentro e fora da organização, conheçam o comportamento da alta gerência com definição de padrão de comportamento e, mais importante, que todos saibam como os dirigentes esperam que seus profissionais ajam de acordo com esse padrão. O código define o comportamento considerado adequado e ético pelos executivos da empresa e fornece, por escrito, um conjunto de diretrizes que todos os profissionais devem seguir.

Nesse ponto pode surgir um questionamento pertinente: empresas de grande porte, conhecidas e admiradas pela sociedade detinham código de conduta e ética, todavia, vieram a falência (ou chegaram próximo) diante das inúmeras fraudes corridas. Por que isso acontece?

Isso acontece porque, conforme já exposto, não basta ter um código, é indispensável zelo e dedicação na sua criação, implementação e na forma de utilizá-lo na prática. Nota-se que, em muitos casos, necessário será a construção de uma cultura ética na organização para que o código seja inserido e vivenciado no dia a dia, ou seja, respeitado pelos profissionais.

Portanto, para que não se caia no jargão popular “terreno sem adubo torna as sementes inúteis”, temos que os códigos de conduta e ética devem ser percebidos e utilizados menos como “manuais normativos” e mais como “livro de valores”, pois assim, aquele que investir simultaneamente, em sua cultura e na adequada adoção do código, terá melhor capacidade de corrigir e prevenir situações indesejáveis, assegurando boa reputação e bons negócios.

Com relação a aceitação e adaptação da referida norma pelos profissionais, segue transcrição de trecho da obra de Vidor (2009, p. 141):

A pessoa inteligente deve saber que a lei não pode ser perfeita nem justa, e nem mesmo poderá ser o protótipo do bem, mas quando é sustentada pelo poder do grupo que a aprova, convém respeitá-la, ainda que, no próprio íntimo, não se faça por convicção. Simplesmente trata-se de adaptar-se dentro da medida exigida, com diplomacia, mesmo que se faça fingindo em adotá-la como solução única.

Com clareza e sabedoria, o autor supramencionado, saneou qualquer dúvida quanto ao comportamento dos profissionais a ser adotado diante do regramento.

8 O DESENVOLVIMENTO DO CÓDIGO

Que atitudes iniciais devem ser tomadas pelas empresas para a elaboração das condutas e políticas éticas?

Em primeiro lugar é necessário que o desenvolvimento do código seja feito com a participação de um ou mais profissionais, já que esse documento deve representar sua realidade. Só assim haverá o comprometimento de todos.

O código deve contemplar aspectos como relacionamentos com colegas de trabalho, clientes, fornecedores, imprensa, profissionais terceirizados etc. O documento também deve respeitar as práticas comerciais, considerar os aspectos específicos do setor e da empresa, sempre buscando valorizar o indivíduo e a sociedade.

Quanto maior a abrangência e diversidade de situações expostas no código, melhor será sua eficácia. Meneghetti (2003, p. 208), assim entende:

Não se dão leis para os homens, mas somente situações, e o homem deve resolvê-las eticamente, sob pena de justaposições estranhas nele (conflitos, temores, psicopatias, somatopatias, desesperos etc.). Resolver eticamente uma situação (escovar os dentes, contestar a sociedade etc.) significa que o indivíduo deve por em ato (ou fenomenizar o que urge já como primeiro ato) aquela mediação que torna mais próxima a instância do seu íntimo à concretude da situação.

Também, se faz necessário avaliar periodicamente o código, revendo normas quando necessário; fazer pesquisas de clima organizacional a fim de identificar possíveis políticas de conduta que podem auxiliar a melhoria, e desenvolver relatórios demonstrando as ações éticas, sustentáveis e de responsabilidade social. É importante que a sociedade tenha acesso a esse material, como uma prestação de contas.

Este é o entendimento exposto por Nalini (2013, p. 398):

[...] se faz essencial a possibilidade de implementação, de atualização e revisão dos comandos do código de ética, para que sua operacionalidade não esbarre na obsolescência ou na dinâmica das rápidas transformações por que passa a sociedade. E o ideal é que o código de ética venha a contemplar não apenas o relacionamento dos empregados com a empresa, mas também toda a rede de contatos permanentes ou episódicos da empresa com a comunidade, com a mídia, com o governo, com os *stakeholders*.

Para um bom desenvolvimento, a empresa precisa ser um agente condutor deste processo, respeitando todas as opiniões dos profissionais e das áreas, ou seja, o coletivo. Isto parece algo simples, mas, principalmente, para empresas com uma cultura fechada costuma ser complicado.

Após sua confecção, necessário se faz a manutenção das condutas por meio de treinamentos e avaliações das posturas. Aliás, Nalini, expõe a respeito da importância da participação da direção da empresa neste trabalho:

É essencial que a mais alta hierarquia da empresa não só explicita apoio a esse código, como demonstre, de forma nítida, atuar de acordo com o seu conteúdo. Nada mais nefasto do que distanciar a prática do discurso. Na linha do “faça o que eu digo, não faça o que eu faço”. Também é fundamental que o código derive de uma participação ativa de representantes de todos os setores da empresa. A experiência de comitês integrados por atores representativos de todas as áreas afetadas pelo código é a mais exitosa. Esse comitê deve se encarregar da discussão prévia, da colheita de opiniões, da consulta aos demais exemplares já provados em outras empresas, e com esse processo se legitimará o resultado do trabalho coletivo. (2013, p. 397)

Portanto, conclui-se que não pode haver distinção de níveis hierárquicos ou posições dentro da empresa no que diz respeito ao cumprimento das normas estabelecidas pelo código de conduta e ética.

9 CONTEÚDO E RELAÇÃO COM O CONTRATO DE TRABALHO

O código de conduta e ética corporativo vem se aperfeiçoando ao longo do tempo. Iniciado com a declaração de princípios (descrição da missão, visão e valores da empresa), passando pelo código de conduta (regras de comportamento a serem observadas e cumpridas por todos os profissionais da empresa), e chegando aos atuais códigos de ética, podem contemplar num só instrumento:

- Missão e visão da empresa
- Princípios e valores da empresa
- Princípios éticos gerais
- Princípios gerais de justiça e equidade no relacionamento com os *stakeholders*
- Gestão, tratamento, respeito e preservação do meio ambiente
- Gestão da sustentabilidade
- Normas e padrão de comportamento da empresa e de seus profissionais
- Organismos internos para reportar alguma desconformidade ao código
- Procedimentos e padrões de atuação e controle (órgãos internos).

(PENIDO, 2008, p. 33)

Meneghetti (2003, p. 209), entende o comportamento ético como uma experiência interior e resolvida pelo sujeito: “A ética não é um propósito estético que pretende a certeza última e universal, mas está antes num sentimento forçado do não poder senão fazer assim. A experiência ética é qualquer experiência resolvida em totalidade pelo agente”.

Nota-se que o profissional busca sempre saber a respeito de seus direitos. A CLT – Consolidação das Leis do Trabalho, é consultada no momento da contratação (para saber se receberá os direitos); durante o curso do trabalho (para confirmar se os direitos estão sendo preservados); e no momento da saída (para conferir os direitos pagos). Todavia, raramente a CLT é consultada com relação aos deveres.

Os profissionais, ao que parece, esquecem que o trabalho é regido por um contrato que, além de direitos, possuem, sobretudo, obrigações a serem cumpridas. Daí porquê um regramento que enfatize os deveres auxiliará significativamente na sua gestão.

Assim sendo, pode-se afirmar que o código de conduta e ética é uma extensão do contrato de trabalho, como uma cláusula adicional e, portanto, estabelece direitos e deveres

recíprocos. Recomenda-se, inclusive, colher assinatura do profissional em uma declaração de ciência e compromisso no cumprimento das regras ali estabelecidas.

10 APLICAÇÃO DE CONCEITOS DA CIÊNCIA ONTOPSICOLÓGICA NO PROCESSO DE ELABORAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DO CÓDIGO DE CONDUTA E ÉTICA

O mundo vem passando por grandes mudanças e uma das principais é o comportamento das pessoas. Fromm, Erich citado por Covey (2003, p. 42), bem sintetiza o homem na atualidade:

Hoje em dia nos deparamos com indivíduos que se comportam como autônomos, que não conhecem ou compreendem a si mesmos, e a única pessoa que conhecem é a que pensam ser, alguém cuja conversa vazia substituiu a comunicação real, alguém em quem o sorriso sintético tomou o lugar do riso genuíno e a sensação de desespero total ocupou o vazio deixado pela dor autêntica. Duas coisas podem ser ditas de tais indivíduos. A primeira é que sofrem de defeitos aparentemente incuráveis, como a falta de espontaneidade e personalidade. Ao mesmo tempo, podemos dizer que eles não diferem de milhões de pessoas que, como nós, caminham pela face da Terra.

Esse quadro nos leva a resgatar o quão necessário são as regras de comportamento para com o semelhante, consistindo em uma filosofia essencial em todos os aspectos, em especial, no ambiente de convívio dentro das empresas.

A Ontopsicologia é uma ciência contemporânea que analisa a atividade psíquica do homem. Analisa o homem no seu fato existencial e histórico e tem por objeto a estrutura psíquica e sua intrínseca lógica. “É um método para autenticar e desenvolver o homem criativo” (MENEGETTI, 2012a, p. 191).

Conforme exposto anteriormente, as pessoas desenvolvem o “Eu lógico-histórico” que a ciência ontopsicológica define como:

A parte lógica e consciente de todas as operações voluntárias, responsáveis, reflexivas, inteligentes, racionais, mnemônicas etc. Estrutura mediatrix entre o real introverso e o real extroverso e vice e versa. É o ponto onde acontece a tomada da consciência, de responsabilidade, de voluntarismo, de racionalidade. (MENEGETTI, 2012a, p. 108)

Em outras palavras, são as experiências vividas, as escolhas feitas, os acertos, os erros, a educação, os estudos, os paradigmas, a trajetória da vida. Portanto, as pessoas possuem o Eu lógico-histórico próprio e individual, que fundamenta seus modos de ser, pensar e agir. “O Eu lógico-histórico é o estado de consciência de fato alcançado pelo indivíduo: a) no arco da sua existência; b) após cada escolha.” (MENEGETTI, 2012b, p. 110).

Paralelamente, há o “Em Si ôntico”, que é definido pela ontopsicologia como sendo:

Projeto-base de natureza que constitui o ser humano. Princípio formal inteligente que faz autócise histórica. O ponto primeiro do qual principia o determinar-se de uma individuação, o princípio que faz ser ou não ser, existir ou não existir. O Em Si ôntico constitui o critério-base da identidade do indivíduo, seja como pessoa, seja como relação. (MENEGETTI, 2012b, p. 84)

O Em Si ôntico é a essência, é o projeto base, transmite aquilo que a natureza intenciona. Na natureza não encontramos o conceito de bom e mal, portanto o Em Si ôntico é amoral e, partindo deste conceito, podemos somente falar de uma ética otimal, que se dá momento a momento, na medida em que o Em Si ôntico interage com o contexto. O contato com o exterior, no sentido de como o sujeito é formado e estruturado pelas instituições sociais (família, escola, religião etc.) é que faz com que o sujeito se conduza “para o bem ou o mal”.

Para Fromm (1974, p. 20), “materialmente, baseia-se no princípio de que ‘bom’ é aquilo que é bom para o homem e ‘mau’ o que é nocivo a este – sendo o bem-estar do homem o único critério do valor ético.”

O ser humano é capaz de ser autônomo e responsável pela condução de si e de ser promotor do bem comum. Entretanto, para isto, há algumas regras naturais a serem observadas, pois o humano não é um elemento isolado do restante do mundo.

O humano é também biologia, matéria e para isto depende de interação com o ambiente, com o ar, com os alimentos, com o próprio corpo, com o sol, com a água etc. O ser humano integra a realidade maior que percorre todo o cosmos, dos átomos às grandes estrelas. A mesma lógica que permitiu o surgimento do nosso planeta há bilhões de anos existe em nosso organismo. Ou seja, uma vida de realizações e vitórias depende da observação e da fidelidade a esta lógica natural da vida, da natureza.

O homem sempre tem a liberdade para agir contra a natureza, mas o preço que paga é sempre com a saúde ou mesmo com a própria vida, porque a lógica da vida não está exposta aos debates, à democracia, às nossas opiniões. É possível convencer a todos de que estamos certos, mas não a própria natureza.

Mas é importante ressaltar que, para o crescimento e desenvolvimento, o homem deve observar tanto a lógica da vida como a lógica da sociedade sob pena de sofrer pela transgressão. Para isso, é necessário a adoção da dupla moral, com a função explicada por Vidor:

“A dupla moral tem função de resolver a pessoa no ambiente. A pessoa, resolvendo o próprio valor, consente uma melhoria na ordem social. São os indivíduos que evoluem

em Inteligência, que contribuem para uma eficiência social e reforçam a evolução natural. [...] A dupla moral leva a distinguir entre a exigência da lei externa e o valor interior da própria natureza individual. Saber como equacionar com equilíbrio esses dois valores é a solução para conviver e se construir” (2009, p.140-141)

Desta feita, com base nos termos conceituais ora trazidos e considerando que o Em Si ôntico dá sempre a ética ótima na interação com o ambiente ou situação, conclui-se pela relação direta existente entre a lógica da vida e a lógica da sociedade, em que cada ser humano deve levar em consideração estas duas dimensões quando age.

Merece destaque a definição trazida pelo fundador da referida ciência, Meneghetti (2010, p. 42):

O Eu lógico-histórico está sempre em um compromisso: deve salvar a sociedade e a sua inseidade metafísica, não deve destruir nem a sociedade nem o Em Si ôntico. É o equilíbrio da dupla moral. O Eu deve ser o construtor da medianicidade entre ser e existência, pessoa e sociedade.

Voltando para o profissional, a atuação com excelência, nos termos das leis e regras vigentes, gera motivação, proporcionando-lhe construir uma carreira com alegria, prazer, satisfação, estimulando resultado para si e para outros (familiares, empresa, comunidade, país etc.). Para Meneghetti (2013, p. 100) “Prazer é estar, com paz, sob o ponto portante das funções que realizam específicas proporções do contexto em equilíbrio provisório. O devir não consente uma função fixa ou estática, por isso, cada função, na existência, deve ser atualizada e inventada continuamente”.

Assim, por meio da autorrealização e da busca pela excelência, tem-se uma vida mais saudável e agradável, com menos preocupações, medos, ociosidades, entre outros dilemas emocionais comuns na sociedade contemporânea.

Adentrando no aspecto jurídico, o direito existe como orientador de condutas para que as pessoas se reúnam em um projeto, para construir história, utilizando as regras como instrumentos que possibilitem a evolução em conjunto. Porém, é importante ressaltar que “O homem produz autorrealização quando a sua ação é conforme, ou iso, ao próprio Em Si ôntico”. (MENEGHETTI, 2012, p. 85)

Todavia, considerando que os interesses das empresas, em geral, são mais complexos e amplos que os do homem, criam-se confusões e dificuldades em agir em prol da dimensão ótima, fato que, mais uma vez, justifica a necessidade e importância de se elaborar um código de conduta e ética que, dentre outras coisas, auxiliará os profissionais a se identificarem com o projeto da empresa e, assim, construir algo de valor para si e para a instituição, que necessita dia a dia resolver problemas e produzir resultados concretos.

Nesse sentido, sob a perspectiva da eticidade, vale ressaltar que, quando um indivíduo se conecta a um grupo, toma as regras como suas, identifica-se com elas e, conseqüentemente, sentindo-se membro, as cumpre como sendo sua segunda natureza.

Considerando que o profissional passará mais tempo sob a égide das regras do código que sob as suas, certamente o comportamento ético cumprido durante o exercício de suas atividades se estenderá para o convívio com seus familiares, amigos etc., afinal, o indivíduo é uno, inteiro, sem divisões. Com isso, a empresa estará cumprindo sua função social pois, não só ela, mas também a sociedade se beneficiará com o comportamento ético dos profissionais que dela fazem parte.

Esse também é o entendimento do escritor espanhol Tiernoapud Nalini (2013, p. 749):

Alguém pode argumentar que não está a nosso alcance, simples cidadãos do povo, a possibilidade de redigir normas, tomar as medidas que acabem com a situação pública que nos engolfa; não está a nosso alcance por fim à falta de honradez demonstrada por alguns personagens... Isso quer dizer que não podemos fazer nada? É claro que podemos fazer, e muito. Temos que começar a transformar a nós mesmos, a trabalhar em prol da nossa melhora pessoal; se fizermos isto a sociedade irá se modificando, porque nós somos a sociedade.

O indivíduo, todavia, deve atentar-se para a atuação do “Monitor de Deflexão”, tanto no momento da elaboração do código como no seu cumprimento, para evitar que a realidade seja alterada.

Monitor de Deflexão (ou grelha de deformação) é um dispositivo psicodélico que deforma as projeções do real à imagem. Em vez de repetir a imagem referente ao objeto, altera qualquer sinal que reflete o real segundo um programa pré-fixado. Em vez de projetar especularmente (refletir), desvia segundo uma temática imposta no receptor (deflete)”. (MENEGETTI, 2010, p. 172)

“Monitor” é uma palavra que deriva do latim *moneo* que quer dizer “que sugere, que corrige, que censura, que notifica”. “Deflexão” deriva do latim *deflecto*, que significa “desviar, mudar estrada, dirigir-se para outro lugar” (MENEGETTI, 2010, p. 172).

A respeito da atuação do Monitor de Deflexão, segue o ensinamento de Meneghetti (2010, p. 173):

Para poder agir, o monitor de deflexão opera através de pontos fixos, leis que regulam o comportamento ético; então age sobre os vetores informativos dos estereótipos culturais e sociais, fruindo de energia humana. Externamente, identifica-se com o superego. Para o monitor de deflexão serve qualquer lei, ideologia, religião, desde que tenha condições de fazer-se vetor informático do comportamento de massa. Todas as regras, os postulados ideológicos, morais da nossa cultura não seriam nada além de circuitos processuais onde passa a vetorialização para condensar a energia e transferi-la fora. Com tal escopo, o monitor de deflexão encarna-se segundo os máximos valores acreditados pelo homem. De fato, os terminais da máquina fazem sua própria

sede em lugares preferenciais da vida humana: o aspecto metafísico (religião ou dedicação absoluta), o aspecto sexual ou erótico e o aspecto da piedade, ou seja, o amor social.

Desta feita, considerando os conceitos aqui expostos, tem-se a obrigatoriedade de evitar que o código seja elaborado e desenvolvido com base em estereótipos, convicções, complexos etc., existentes no indivíduo, pois, se assim o for, seu conteúdo não transmitirá a realidade e, com isso, perderá seu objetivo e sua eficácia.

O objetivo do código é servir de instrumento para avaliar o sucesso da empresa, daí a importância de princípios e regras que sejam funcionais e reforcem a identidade vencedora do empreendimento. No momento de sua elaboração, o Eu Lógico Histórico será de grande valia para transcrever os vários tipos de condutas existentes, todavia, deverá o autor se atentar para que este não o impeça de ter uma visão isenta de prejuízos (Monitor de Deflexão). Por outro lado, o Em Si Ôntico deverá ser o tempo todo auscultado pois, certamente, apresentará a solução ótima para os impasses.

As companhias, os feitos realizados, os atos praticados, dentre outros, dizem quem se é. No mesmo sentido, com relação à empresa, os sócios, os profissionais, os fornecedores e as relações também dizem a seu respeito. Nesta mesma direção, vale aqui a transcrição de trecho da obra de Aristóteles (2011, p. 37):

[...] pelos atos que praticamos em nossas relações com outras pessoas, tornamo-nos justos ou injustos; pelo que fazemos em situações perigosas e pelo hábito de sentir medo ou de sentir confiança, tornamo-nos corajosos ou covardes. O mesmo vale para os desejos e a ira: alguns homens se tornam temperantes e amáveis, outros intemperantes e irascíveis, portando-se de um ou outro modo nas mesmas circunstâncias. Em uma palavra: nossas disposições morais nascem de atividades semelhantes a elas. É por esta razão que devemos atentar para a qualidade dos atos que praticamos, pois nossas disposições morais correspondem às diferenças entre nossas atividades. E não será desprezível a diferença se, desde a nossa infância, nos habituarmos desta ou daquela maneira. Ao contrário, terá imensa importância, ou seja, será decisiva.

Portanto, necessário se faz às empresas deter uma ferramenta padronizada que, sendo exposta de maneira clara e objetiva, proporcionará melhor entendimento por parte dos profissionais, transformando as preocupações comportamentais e éticas das empresas em práticas efetivas, fato que gerará, inclusive, maior competitividade.

O homem se define através de seus feitos, suas experiências, suas condutas e, nada melhor, que tal definição se dê por meio da ética praticada no seu dia a dia.

11 CONCLUSÃO

A adoção de um código de conduta e ética traz modernidade à empresa. Suas normas geram credibilidade a si, a seus profissionais, a seus clientes, fornecedores, enfim, ao mercado como um todo. É uma ferramenta de grande utilidade na administração diária dos profissionais, posto que expõe, com clareza, a forma de atuação que a empresa espera do profissional que a representa. O código de conduta e ética traz unidade às formas de agir.

Sua aplicação será decorrente de uma séria conscientização, por parte de todos, da responsabilidade individual para a geração de um ambiente salutar. Tudo parte da autorresponsabilização.

Assim, por todo o exposto, é claro perceber o quão necessário é a elaboração e implementação de um código nas organizações e, mais que isso, segui-lo coerentemente visando um convívio harmonioso entre todos, não apenas na instituição, mas também, em sociedade.

Salienta-se que, por se tratar de ações humanas, pode-se avaliar que a importância de se estudar o código de conduta e ética remete-se a questões mais profundas, como a formação pessoal, já que a conduta virtuosa é um caminho individual, embora acabe por favorecer toda sociedade.

Constata-se, pois, que o comportamento ético desenvolvido pelas empresas nada mais é que o reflexo da conduta de seus profissionais, indicando uma integração dos princípios morais de cada um deles. Suas atitudes contribuem como um diferencial competitivo e uma ferramenta na tomada de decisões no que diz respeito a problemas de desvio de conduta, podendo-se atribuir ao código a definição de um documento referencial para as atividades humanas.

Não há como ocultar que, no Brasil, o século XXI está sendo marcado por uma série de atos de corrupção e fraude praticados por altos executivos em grandes empresas, abalando a reputação de diversos conglomerados globais. O quadro melancólico da corrupção sem freios varreu a credibilidade que as pessoas deveriam nutrir nas lideranças.

Diante de tanta ilegalidade cometida, chega-se a conclusão de que é necessária uma transformação profunda na cultura das empresas, cultura essa que deve ser voltada para gestão dos comportamentos éticos de forma a afastar a desconfiança e a descrença gerada. Os valores e a missão das empresas, tendo como fulcro princípios éticos pelos quais a companhia deve se pautar, tornam-se essenciais para nortear as metas e a postura de seus profissionais, deixando clara sua vocação de respeitar e beneficiar não somente seus acionistas, mas a todos os públicos de interesse.

Logo, a elaboração e implantação de um código de conduta e ética será um instrumento de grande importância para a disseminação dos valores éticos na organização pois, quando se discute ética, quando uma empresa traz o tema à tona, ela manifesta coragem em assumir que a discussão a seu respeito não é uma discussão cínica, na qual finge-se aderir. É uma coisa séria.

Isto significa que, ao falar em ética, estamos falando na capacidade de supor que existem relações entre as pessoas que tem de preservar a dignidade do outro e a sua própria. Sobretudo, as pessoas devem trabalhar em prol da melhoria pessoal para que a sociedade passe a se transformar, afinal, o homem, o indivíduo é a célula base da sociedade.

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. 5. ed. São Paulo: Martin Claret, 2011. Tradução: Torrieri Guimarães.

ARRUDA, M. C. C. de; RAMOS, J. M. R.; WHITAKER, M. do C. **Fundamentos de Ética Empresarial e Econômica**. São Paulo: Atlas, 2003.

CORTELLA, M. S. **Qual é a tua obra?** Inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética. 3. ed. Petrópolis – RJ: Vozes, 2008.

COVEY, S. R. **Os 7 Hábitos das Pessoas Altamente Eficazes**. 15. ed. Pinheiros - SP: Editora Nova Cultural Ltda., 2003. Tradução Alberto Cabral Fusaro, Márcia do Carmo Felismino Fusaro.

FERREIRA, A. R. **REFLEXÕES: Da Ética Aristotélica para a Ética na Sociedade Brasileira Atual**. [S.l.]: WebArtigos.com, 2008. Disponível em: <<http://www.webartigos.com/articles/6702/1/reflexoes-da-etica-aristotelica-para-a-etica-na-sociedade-brasileira-atual/pagina1.html>>. Acesso em: 11 fev. 2015.

FROMM, E. **Análise do homem**. 9. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1974. Tradução de Octávio Alves Velho.

MENEGHETTI, A. **O Critério Ético do Humano**. Porto Alegre: Ontopsicológica Editrice, 2002. Tradução Ontopsicológica Editrice.

_____. **Filosofia Ontopsicológica**. 5. ed. Florianópolis: Ontopsicologica Editrice, 2003. Tradução Alécio Vidor.

_____. **Sistema e Personalidade**. 3. ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2004. Tradução Ontopsicologia Editrice.

_____. **A Crise das Democracias Contemporâneas**. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2007. Tradução Ontopsicológica Editrice.

_____. **Direito, Consciência, Sociedade**. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editrice, 2009. Tradução Ontopsicológica Editrice.

_____. **Manual de Ontopsicologia**. 4. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora, 2010. Tradução Ontopsicológica Editora Universitária.

_____. **Dicionário de Ontopsicologia**. 2. ed. revisada e atualizada. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2012.

_____. **A psicologia do líder**. 5. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2013. Tradução e revisão Ontopsicológica Editora Universitária.

_____. **Psicologia Empresarial**. São Paulo: FOIL, 2013. Tradução e Revisão FOIL.

NALINI, J. R. **Ética Geral e Profissional**. 10. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

OLIVEIRA, L. M. A. de O.; CASTRO, M. M. de C. **A Gestão Ética, Competente e Consciente** – Tributo à memória de E.F. Schumacher. São Paulo: Editora M. Books, 2007.

PENIDO, J. L. Votorantin Celulose e Papel. In: **Código de Ética Corporativo**. Disponível em: <http://www.eticaempresarial.com.br/imagens_arquivos/artigos/file/eticaenegocios/pesquisa_codigo_etica_2008.pdf>. Acesso em: 02 maio 2015.

PORTO, Á. T.; PORTO, J. B. **Valores e Comportamento nas Organizações**. Petrópolis - RJ: Vozes, 2005.

RODRIGUES, C. A. P. **O Código de Conduta Corporativa**. [S.l.]: Endeavor. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/o-codigo-de-conduta-corporativa/>>. Acesso em: 02 maio 2015.

RODRIGUES, Luis, **A Perspectiva Deontológica de Kant**. Disponível em: <<http://lrsr1.blogspot.com.br/2014/06/a-perspectiva-deontologica-de-kant.html>>. Acesso em: 16 set. 2015.

SANTOS, Paulo. **Ética Normativa**. Disponível em: <<http://anarquismoefilosofia.blogspot.com.br/2011/07/etica-normativa.html>>. Acesso em: 16 set. 2015.

SERAFIM, A. **Como Implementar um Código de Ética na sua Empresa**. [S.l.]: Portal Gestão. Disponível em: <<https://www.portal-gestao.com/item/1422-como-implementar-um-c%C3%B3digo-de-%C3%A9tica-na-sua-empresa.html>>. Acesso em: 13 jul. 2015.

SROUR, R. H. **Ética Empresarial: A Gestão da Reputação**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

VAZQUEZ, A. S. **Ética**. 28. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006. Tradução de João Dell'Anna.

VIDOR, A. **Filosofia Elementar**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2009.

_____. **Fenomenologia e Ontopsicologia: de Husserl a Meneghetti**. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2013.

APÊNDICE

Com base no todo o exposto neste estudo, o código de conduta e ética deve ter como base os princípios, missão e valores da empresa, que nortearão todas as regras a serem construídas.

Portanto, segue aqui um modelo de código, meramente ilustrativo, pois, como dito, cada empresa deverá transcrever suas regras baseadas em sua cultura, missão e valores.

Código de Conduta e Ética

Índice

Somos Assim	36
• Perfil	36
• História	36
• Cultura da Empresa	36
✓ Missão	
✓ Visão	
✓ Valores	
Diretrizes de Ética Empresarial	37
• Compromissos da Empresa	37
✓ Ética e cidadania corporativas	
✓ Administração, transparência e prestação de contas	
✓ Conduta com os públicos de relacionamento	
Diretrizes de Conduta no Ambiente de Trabalho	41
• Conduta pessoal	41
• Conduta profissional	42
• Conflitos de interesses	43
✓ Proteção das informações e do <i>know-how</i> da Empresa	
✓ Relações de parentesco na Empresa	
✓ Relações com clientes e fornecedores	
✓ Cortesias (brindes, presentes, favores etc.)	
✓ Cortesias no relacionamento e marketing institucional	
✓ Contribuições (patrocínios, doações, etc.)	
✓ Contribuições para o Setor Público	
✓ Candidatura de administradores e profissionais a cargos públicos eletivos	
✓ Atividades externas	
✓ Sociedade em Empresas	
Empréstimos, comércio, coletas e jogos entre colegas	46
• Comunicação de Desvios Éticos	46
✓ Comitê de Pessoas, Governança e Nomeação	
✓ Ouvidoria	
✓ Canais de Contato	
✓ Proteção a denunciante	
Sanções Administrativas	48
Abrangência do Código de Ética e Conduta	48
Termo de Compromisso e Responsabilidade com as Normas Estabelecidas no Código de Conduta e Ética da Empresa	49

Introdução

O **Código de Ética e Conduta da Empresa** é dirigido a todos os membros da administração, aos profissionais, trainees e estagiários, para servir como referência na atuação pessoal e profissional. Os profissionais devem conhecê-lo e fazê-lo conhecido, observando e defendendo seu cumprimento.

Este Código contribui para estabelecer um padrão de relacionamento respeitoso e transparente, com o objetivo de nos orientar a sempre proceder de acordo com os nossos Valores e Princípios Éticos.

Neste sentido, o Código especifica:

- ✓ Os compromissos da Empresa com a sociedade, em especial com seus profissionais, clientes, consumidores e fornecedores;
- ✓ Os padrões de conduta esperados dos profissionais no exercício de suas responsabilidades pessoais e profissionais.

Por isso, é essencial que cada profissional o leia atentamente, de forma a poder usá-lo diariamente como guia de suas ações e decisões.

Temos certeza de que ele é um instrumento de trabalho extremamente útil e necessário, capaz de nos inspirar na condução da Empresa e na arte de transformar nossa conduta pessoal e profissional em exemplo para todos.

Somos Assim

- **Perfil**

Uma Empresa é um organismo vivo. Tem personalidade, imagem e cultura próprias. É constituída por profissionais com características e habilidades diferentes, mas que, juntos, se complementam em busca de objetivos e sonhos em comum.

Resumimos aqui Missão, Visão e Valores da Empresa. Elementos que fazem parte do nosso jeito de ser, que são reflexo da nossa maneira de pensar e orientação para o nosso modo de agir.

A identidade Empresa, afirmada ao longo da nossa trajetória e aqui registrada, é resultado da percepção de todos e de cada um de nós.

É a vivência da identidade Empresa que garantirá uma Empresa cada vez mais vitoriosa.

Juntos, construiremos o futuro da Empresa!

- **História**

(Descrever a História da Empresa)

- **Cultura da Empresa**

- ✓ **Nossa Missão**

(descrever a missão da empresa)

- ✓ **Nossa Visão**

(descrever a visão da empresa)

- ✓ **Nossos Valores**

(descrever os valores da empresa)

Diretrizes de Ética Empresarial

- **Compromissos da Empresa**

- ✓ **Ética e cidadania corporativas**

- Respeitamos os direitos humanos e não admitimos nenhuma forma de exploração, discriminação e desrespeito em nossas atividades, ambientes e cadeia de valor.
- Adotamos diretrizes e práticas de sustentabilidade Empresarial.
- Realizamos e apoiamos ações comunitárias e de interesse público, especialmente as destinadas a promover ações de educação, esportes, artes e cultura.
- Estimulamos nossa cadeia de valor (incluindo a cadeia de suprimento) a adotar práticas de sustentabilidade Empresarial e desenvolvimento socioambiental.
- Não usamos qualquer forma de artifício, imposição ou constrangimento em nossas operações e negócios.
- Fornecemos de modo claro e correto as informações que nossos públicos de relacionamento necessitam para tomar decisões relativas à Empresa.
- Cumprimos as leis, as normas e os regulamentos dos países onde atuamos em todas as instâncias.
- Adotamos políticas e práticas destinadas à prevenção e combate a toda forma de pagamento ou recebimento ilícito ou obtenção de vantagens pessoais ou privilégios, fraudes, lavagem de dinheiro, potenciais conflitos de interesses etc.

- ✓ **Administração, transparência e prestação de contas**

- Adotamos diretrizes e práticas de governança corporativas destinadas a garantir:
 - Uma administração diligente, honesta e prudente.
 - A boa reputação da Empresa.
 - Retornos competitivos para acionistas e investidores.
 - A satisfação dos clientes.
 - O alinhamento das atividades da Empresa com os compromissos expressos neste Código e nas diretrizes de sustentabilidade, gestão de pessoas, performance, sistema de remuneração, gestão de riscos, controles financeiros, auditoria, *compliance*, controles internos e segurança corporativa.

- Que a sociedade e nossos públicos de relacionamento sejam informados tempestivamente sobre os propósitos, decisões e resultados da Empresa.
- Que nossas declarações, relatórios, comunicados e demonstrativos reflitam com clareza e correção a realidade da Empresa.
- Que nossos contratos possam ser facilmente compreendidos e que evidenciem os direitos e deveres das partes, salientando os riscos existentes.
- A independência de nossos processos de gestão de riscos, *compliance*, auditoria e ouvidoria.
- A proteção das informações não públicas (restritas, confidenciais e internas) visando evitar que seu vazamento prejudique a Empresa e seus públicos de relacionamento.

✓ **Conduta com os públicos de relacionamento**

- Partes relacionadas

- Operações e negócios com partes relacionadas são realizados em condições de mercado e levam em consideração, em primeiro lugar, os interesses da Empresa, observando condições estritamente comutativas, negociadas de forma independente, mediante processo transparente, ético e em conformidade com a legislação vigente.
- Fornecemos de forma clara e correta as informações necessárias para que as partes relacionadas tomem suas decisões.
- Adotamos critérios transparentes e que aumentam o grau de imparcialidade na gestão dos conflitos de agenda, visando eliminar injustiças na assimetria de direitos e na conciliação de interesses das partes relacionadas.

- Profissionais

- Não toleramos qualquer forma de discriminação ou assédio.
- Adotamos políticas e práticas destinadas a prevenir e combater as formas degradantes de trabalho (infantil, forçado, escravo etc.).
- Respeitamos os direitos políticos e trabalhistas dos profissionais e, incluindo o direito à negociação coletiva e à associação partidária e sindical.
- Os processos de gestão de pessoas (contratação, desligamento, transferência, promoção, aumentos salariais por méritos, sanções disciplinares etc.) são realizados

com respeito, transparência, imparcialidade e com base nos preceitos da meritocracia.

- Clientes e consumidores
 - A qualidade de nossos produtos e serviços deve superar os padrões estabelecidos pela legislação e pelas normas setoriais.
 - Respeitamos a liberdade de escolha de nossos clientes e consumidores e lhes fornecemos de forma clara e correta as informações necessárias para a tomada de decisões.
 - Não usamos artifícios como vendas casadas e outras formas de imposição ou constrangimentos na realização de negócios.
 - Atendemos clientes e consumidores com acolhimento, profissionalismo e agilidade, valorizando seus interesses, tempo, opiniões e sentimentos.
 - Disponibilizamos canais de atendimento preparados para ouvi-los com atenção e atender com prontidão suas solicitações, reclamações e sugestões pertinentes.

- Fornecedores (fornecedores de produtos, prestadores de serviços, parceiros comerciais, parceiros de negócios etc.)
 - Adotamos critérios justos e transparentes de seleção e contratação de fornecedores.
 - Adotamos diretrizes e práticas de desenvolvimento de fornecedores, visando ao aperfeiçoamento de nossos produtos e serviços.
 - Não toleramos qualquer forma de trabalho degradante (escravo, forçado, infantil, etc.) em nossa cadeia de suprimento, bem como descumprimento às legislações trabalhistas vigentes ou ações que causem danos ao meio ambiente.
 - Não toleramos qualquer prática de corrupção, suborno, propina, favorecimentos pessoais e demais formas de atos ilícitos ou criminosos em nossa cadeia de suprimento.

- Concorrentes
 - Participamos de associações Empresariais com espírito de cooperação e visando ao aperfeiçoamento dos setores da economia onde atuamos.
 - Respeitamos a reputação e as opiniões dos nossos concorrentes e não desvalorizamos seus produtos e serviços, assegurando condições para uma concorrência saudável.
 - Agimos segundo os preceitos da livre concorrência e, nesse sentido, as seguintes práticas são vedadas: truste, uso de informações privilegiadas, omissão de fatos relevantes, manipulação da boa-fé, espionagem etc.

- Setor público
 - As decisões da Empresa não são influenciadas por preferências partidárias ou ideológicas.
 - Parcerias e contribuições (patrocínios, doações, etc.) para o setor público devem:
 - Estar em conformidade com a legislação cabível e em conformidade com nossas diretrizes corporativas.
 - Serem devidamente registradas em nossos demonstrativos.
 - Nenhuma contribuição (patrocínios, doações, etc.) pode ser realizada tendo em vista a obtenção de benefícios ilegítimos ou favores para a Empresa.

- Terceiro setor
 - Parcerias e contribuições (patrocínios, doações etc.) para Organizações Não Governamentais (ONGs), Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs), entidades filantrópicas, etc. devem:
 - Estar em conformidade com a legislação cabível e em conformidade com nossas diretrizes corporativas.
 - Serem devidamente registradas em nossos demonstrativos.

- Mídia
 - Baseamos nosso relacionamento com a mídia em princípios de veracidade e independência.
 - Temos o discernimento sobre o que é dever de informar e o que são ações de marketing e de publicidade.
 - Reconhecemos e respeitamos o dever da imprensa de informar a opinião pública.

Diretrizes de Conduta no Ambiente de Trabalho

Sabemos que o modo como realizamos nossas tarefas, honramos compromissos e nos comportamos revela o valor que atribuímos aos outros e a nós mesmos, pois nossos hábitos e atitudes tanto influenciam positivamente a confiança que recebemos quanto geram descrédito, dando origem a insatisfações pessoais e profissionais.

Daí a importância de aprimorarmos continuamente a qualidade de nosso trabalho e cultivarmos ambientes motivadores e que estimulem a cooperação: essa é a melhor forma de protegermos nossa dignidade pessoal.

• Conduta pessoal

- ✓ Cumpra sempre as normas e as políticas, processos e procedimentos estabelecidos. Só faça aquilo que tem certeza que pode fazer; na dúvida, busque orientação com seu gestor imediato ou área de Recursos Humanos.
- ✓ Cultive a cordialidade nos relacionamentos e procure resolver os desentendimentos ou mal entendidos com cuidado, respeito e acolhimento.
- ✓ Pratique o diálogo e não a imposição de um ponto de vista; ouça com atenção e respeite a opinião alheia ainda que você discorde dela.
- ✓ Ajude os colegas a realizar um bom trabalho e oriente com paciência e interesse aqueles que o procuram.
- ✓ Jamais induza alguém ao erro ou cause-lhe prejuízo.
- ✓ Dê o devido crédito às ideias e realizações dos colegas e não apresente ideias, opiniões e preferências pessoais como se fossem da Empresa ou dos seus administradores ou profissionais.
- ✓ Não use o nome da Empresa, cargo ou influência para obter benefícios pessoais ou para parentes, amigos ou terceiros.
- ✓ Não discrimine alguém por sua etnia, gênero ou por suas preferências políticas, sexuais, religiosas, culturais ou por suas deficiências.
- ✓ Não adote condutas ofensivas, sejam verbais, físicas ou gestuais.
- ✓ Não reproduza boatos e maledicências.
- ✓ Se errar, não oculte o fato; seja transparente e verdadeiro e esforce-se para mitigar suas consequências e aprender com elas.

- ✓ Participe com pontualidade e dedicação das ações de educação e treinamento oferecidas pela Empresa.
 - ✓ Cuide das instalações, recursos, equipamentos e materiais de trabalho e somente os utilize para fins pessoais em caso de uma emergência que não coloque em risco a integridade dos bens da Empresa.
 - ✓ Adote os preceitos do consumo consciente: não desperdice água, energia, papel, objetos de plástico, materiais de escritório, etc., e pratique a coleta seletiva.
 - ✓ Evite desequilíbrios financeiros, pois eles acarretam prejuízos de ordem pessoal e profissional.
 - ✓ Apresente-se no ambiente de trabalho em pleno estado de normalidade (sem embriaguez, uso de drogas, etc.); o uso de drogas ilícitas é crime e compromete a atuação profissional, ao prejudicar gravemente a vida de seus usuários, perturbar o ambiente de trabalho e poder causar situações de risco para os demais.
 - ✓ Zele pela aparência pessoal, vestindo-se adequadamente à função desempenhada.
 - ✓ Não divulgue informações da Empresa ou comente situações de seu cotidiano de trabalho em redes sociais.
- **Conduta profissional**
 - ✓ Realize seu trabalho com zelo, foco nos interesses da Empresa e em conformidade com a Empresa e com este Código de Ética e Conduta.
 - ✓ Mantenha-se atualizado sobre os avanços de sua área profissional e, quando for o caso, obtenha as certificações necessárias ao exercício de seu cargo.
 - ✓ Não permita que os negócios e operações da Empresa sejam usados para atos ilícitos ou criminosos (corrupção, propina, lavagem de dinheiro, fraude, etc.). Para tanto, entre outras precauções, conheça e cumpra as diretrizes e práticas da Empresa relativas ao assunto.
 - ✓ Jamais aconselhe, difunda informações ou negocie com base em rumores ou dados não confiáveis.
 - ✓ Conheça e cumpra as políticas e demais normas da Empresa.

- ✓ No relacionamento com clientes, fornecedores e demais públicos, procure os canais competentes para atender solicitações ou resolver conflitos que estejam fora de suas atribuições.
- ✓ Peça orientação ao seu gestor imediato e à área de comunicação corporativa antes de participar de entrevistas e programas na mídia convencional ou virtual. Não fale em nome da Empresa sem autorização prévia.
- ✓ Não use redes sociais ou softwares não disponibilizados pela Empresa para realizar suas atividades profissionais.

- **Conflitos de interesses**

Surge quando interesses pessoais se opõem aos da Empresa e vice e versa. Essas situações põem em risco nossa reputação e, por isso, precisam ser administradas com transparência e devem ser prontamente comunicadas à Ouvidoria.

- ✓ Proteção das informações e do *know-how* da Empresa:
 - As informações e o *know-how* (conhecimentos, tecnologias, métodos, sistemas, *softwares* etc.) que circulam internamente são de propriedade da Empresa e, por isso, não podem ser usados para fins particulares nem repassados a terceiros sem prévia autorização.
 - Solicite a autorização de um diretor antes de utilizar informações e *know-how* da Empresa em atividades e publicações externas: aulas, congressos, palestras, trabalhos acadêmicos, livros, revistas etc.
 - Utilize as informações e *know-how* da Empresa apenas em benefício dela e de seus públicos de relacionamento.
 - Respeite a privacidade dos clientes e fornecedores mantendo em sigilo seus cadastros, informações, operações, serviços contratados etc.
 - Proteja e impeça o vazamento de qualquer documento ou informação que possa causar prejuízo ou desconforto a pessoas ou Empresas.
 - Certifique-se de que outros setores da Empresa não tenham acesso a informações não públicas que circulam em sua área.
 - Na hipótese de se desligar da Empresa, não leve cópia de informações, processos, *softwares* ou qualquer outro tipo de conhecimento que sejam propriedade da Empresa.

- ✓ Relações de parentesco na Empresa
 - É vedada a contratação de parentes (avós, pai/mãe, irmãos, cônjuge/companheiro (a), filhos, sogros, genro/nora e enteados) nas seguintes condições: (i) com subordinação direta ou indireta; (ii) para cargos com relacionamento operacional em atividades que requeiram segregação de função dos profissionais e ativos, evitando conflitos de interesse.
 - É permitida a contratação de parentes de funcionários ativos em funções correlatas na mesma área, desde que não haja conflitos de interesse (ex: trabalhador rural, operadores de produção, etc.); no momento dessa indicação, administradores e profissionais e deverão informar a relação de parentesco existente ao seu gestor e ao responsável pela contratação.

- ✓ Relações com clientes e fornecedores (fornecedores de produtos, prestadores de serviços, parceiros comerciais, parceiros de negócios, etc.)
 - Antes de realizar negócios particulares com profissionais, Empresas e gestores de Empresas que sejam clientes ou fornecedores da Empresa, administradores e profissionais e devem obter autorização de seu gestor imediato.

- ✓ Cortesias (brindes, presentes, favores, etc.)
 - Não se deve aceitar ou oferecer cortesias de qualquer natureza: presentes, gratificações, favores, descontos em transações de caráter pessoal, viagens de negócios ou lazer, convites para participar de eventos e quaisquer outras cortesias.
 - Se as práticas de mercado realmente exigirem uma troca de cortesias, restrinja seu valor (na oferta e no recebimento) ao limite estabelecido em norma interna da Empresa.
 - No relacionamento com o setor público, é vedado oferecer ou receber cortesias para/de funcionários públicos ou ocupantes de cargos políticos e seus partidos.

- ✓ Cortesias no relacionamento e *marketing* institucional (convite para conhecer novos, produtos e serviços; participação como autor ou ouvinte em palestras, encontros, etc.)
 - Na oferta, é permitido incluir despesas com viagens, transporte local, hospedagem, alimentação, inscrição, etc.
 - No recebimento, essas despesas devem ser cobertas pela Empresa, quando possível e a juízo do diretor executivo responsável.

- ✓ Contribuições (patrocínios, doações, etc.)
 - Antes de receber ou oferecer contribuições, administradores e profissionais e devem informar seu gestor imediato sobre essa intenção.
 - As contribuições devem ser praticadas em conformidade com as leis, normas e regulamentos dos países em que a Empresa está presente.
 - As contribuições não devem influenciar processos de tomada de decisão, dar margem para essa interpretação ou serem praticadas em troca ou a título de antecipação de qualquer favor.
 - As contribuições realizadas em nome da Empresa devem ser previamente aprovadas pela Comissão de Investimentos Sociais.

- ✓ Contribuições para o Setor Público
 - As contribuições para entidades e pessoas do Setor Público devem ser aprovadas pela Comissão de Investimentos Sociais e devem estar atreladas a ações e parcerias que visem o benefício da coletividade ou o aperfeiçoamento do serviço público.

- ✓ Candidatura de administradores e profissionais e a cargos públicos eletivos
 - Antes de se candidatarem a cargos públicos eletivos, administradores e profissionais devem informar seu gestor imediato sobre essa intenção.

- ✓ Atividades externas
 - O trabalho em outras Empresas ou organizações como funcionário, prestador de serviço, consultor, diretor ou conselheiro, não pode conflitar em nenhum sentido (natureza, tempo, etc.) com as atividades realizadas na Empresa.
 - Antes de assumir atividades em outras Empresas ou organizações, administradores e profissionais devem informar seu gestor imediato sobre essa intenção.

✓ Sociedade em Empresas

- A participação em outras Empresas ou organizações como sócio, sócio-diretor ou sócio-investidor não pode conflitar em nenhum sentido (natureza, tempo, etc.) com as atividades realizadas na Empresa.
- Antes de assumir responsabilidades em outras Empresas e organizações, administradores e profissionais devem informar seu gestor imediato sobre essa intenção.

Empréstimos, comércio, coletas e jogos entre colegas

- ✓ Não solicite ou conceda empréstimos a colegas de trabalho.
- ✓ Não compre nem venda qualquer mercadoria ou serviço nas dependências da Empresa.
- ✓ A participação em rateios ou coletas para custeio de comemorações, doações, etc. é facultativa e voluntária e os valores das contribuições não podem ser divulgados.
- ✓ Não promova a realização de rifas, bolões, jogos com premiações, etc.

• **Comunicação de Desvios Éticos**

Administradores e profissionais são responsáveis por garantir que este Código de Ética e Conduta seja cumprido e, além de agir em conformidade com ele, devem comunicar prontamente a suspeita ou o conhecimento de violação de suas diretrizes à Ouvidoria.

✓ Comitê de Pessoas, Governança e Nomeação

- A gestão deste Código de Ética e Conduta cabe ao Comitê de Pessoas, Governança e Nomeação, órgão de assessoramento do Conselho de Administração da Empresa, competindo-lhe:
 - Avaliar continuamente as normas contidas no documento e, se necessário, atualizá-las;
 - Deliberar sobre dúvidas de interpretações.

✓ Ouvidoria

- Recebe e analisa:
 - Manifestações (sugestões, consultas, críticas, elogios e denúncias) relativas ao Código de Ética e Conduta Empresa.
 - Dilemas éticos, conflitos de interesses e dúvidas de interpretação e situações não previstas no Código de Ética e Conduta Empresa.
- Encaminhamento pós-análise
 - Os casos de desvios éticos são encaminhados ao diretor responsável pela área relatada com cópia ao Presidente e ao Presidente do Conselho de Administração.
 - Trimestralmente, a Ouvidoria reportará os trabalhos executados ao Comitê de Pessoas, Governança e Nomeação, bem como fará uma apresentação semestral de suas atividades à Diretoria e ao Comitê de Auditoria e Gerenciamento de Riscos.
 - Os casos envolvendo administradores deverão também ser comunicados ao Presidente do Comitê de Pessoas, Governança e Nomeação.

✓ Canais de Contato

- Os conflitos de natureza ética, desvios de conduta e eventuais relatos ou denúncias sobre a não observância deste Código devem ser encaminhados à Ouvidoria por meio dos seguintes canais:
 - E-mail: ouvidoria@Empresa.com.br
 - Intranet: preenchimento de formulário eletrônico, *link* Ouvidoria.
 - Internet: preenchimento de formulário eletrônico no site www.Empresa.com.br, no *link* Ouvidoria.
 - Caixas coletoras disponíveis em cada unidade da Empresa.
 - Atendimento eletrônico (caixa postal): 0800 xxxxxx
 - Carta: Endereço da Empresa.

Em todos os canais de contato disponíveis, o manifestante poderá se identificar ou efetuar relato anônimo. O sigilo e a confidencialidade são garantidos. Eventualmente, poderá solicitar atendimento pessoal, que acontecerá em local reservado.

✓ **Proteção a Denunciantes**

- Administradores ou profissionais que tentarem ou praticarem retaliação contra quem comunicar suspeitas ou colaborar na apuração de violações deste Código de Ética e Conduta estarão sujeitos a medidas disciplinares previstas em norma da Empresa.

Sanções Administrativas

Administradores e profissionais que violarem o Código de Ética e Conduta Empresa estarão sujeitos às sanções disciplinares previstas em norma interna.

Abrangência do Código de Ética e Conduta

O Código de Ética e Conduta Empresa foi aprovado pelo Conselho de Administração. As diretrizes deste Código devem ser seguidas por todos os profissionais da Empresa, inclusive pelos seus administradores.

**Termo de Compromisso e Responsabilidade com as Normas Estabelecidas no
Código de Conduta e Ética da Empresa**

Eu, , registro nº....., profissional da empresa, declaro ter recebido neste ato cópia do Código de Conduta e Ética da, ter conhecimento do inteiro teor do referido Código e estar de acordo com seu conteúdo, comprometendo-me a cumpri-lo durante a vigência do meu contrato e, após, quando for o caso. Declaro, ainda, ter conhecimento que as violações a este Código, às políticas e as normas da Companhia serão analisadas e estarão sujeitas às ações disciplinares cabíveis, sem prejuízo das penalidades legais aplicáveis.

Local data.....

.....

Assinatura do profissional