

EDITORIAL

Desenvolver e implantar Códigos de Conduta Empresariais: uma necessidade preventiva

Developing and Implementing Corporate Codes of Conduct: A Preventative Necessity



 **Fernando de Almeida Santos¹**
Professor PUC-SP



 **Francisco Antonio Serralvo²**
Editor-Chefe RAD PUC-SP



Atualmente muito se fala da necessidade de implementar políticas éticas e sustentáveis. A sustentabilidade marcada por aspectos sociais, ambientais e econômicos, tem sido uma muito citada nos meios de comunicação e nas pesquisas científicas, porém pouco se aborda sobre como desenvolver e implantar políticas éticas empresariais.

Tacca & Huanca (2022) afirmam que cumprir e implementar estratégias que promovam os direitos é uma obrigação, pelo que a RSE é um instrumento que deve ser implementado pelas empresas para proteger o ambiente e legitimar o desenvolvimento

¹ almeidasantos@pucsp.br. Professor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC-SP, São Paulo/SP [Brasil].

² serralvo@pucsp.br, Professor Titular da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC-SP, São Paulo/SP [Brasil].

Como citar este artigo

Santos, F. A., & Serralvo, F. A. (2024). Desenvolver e implantar Códigos de Conduta Empresariais: uma necessidade preventiva [Editorial]. *Revista Administração em Diálogo - RAD*, 26(2), 1-6. <https://doi.org/10.23925/2178-0080.2024v26i2.70393>

das suas atividades. Portanto, as políticas éticas, também, são relevantes para garantia de tais práticas.

O conceito “ética” tem origem grega, da palavra *ethos*, que significa modo de ser e representa as características de um grupo, portanto representa a forma de agir de um coletivo, em relação à sua cultura e ao seu comportamento nessa sociedade. Observa-se que o conceito de ética evoluiu, podendo ser considerado caráter ou conjunto de princípios e valores morais que norteiam a conduta humana na sociedade.

Conforme destacam Knoerr, Portela e Rosa (2023), o atingimento do objetivo 8 da Agenda 2030 da ONU, que aborda o programa de integridade, a ética empresarial é o respeito Universal dos Direitos Humanos e da Dignidade Humana. Logo, é necessário abordar em um programa de integridade ações que vise e garanta estes direitos e a dignidade, além do bem-estar no trabalho e condutas e comportamentos éticos que coadunem, para que esses Direitos, que são garantidos pela Constituição Federal Brasileira, não sejam violados.

A ética possibilita uma melhor vida em grupo, a melhoria da sociedade e respeito dos indivíduos no contexto social, pois a ética é reflexo da época, da sociedade, do avanço tecnológico, das relações e ações individuais, enfim, do desenvolvimento de toda a sociedade. Não é possível pensar em aspectos éticos, sem refletir sobre sustentabilidade, desenvolvimento e sobre as estruturas internas das organizações.

Desafios das empresas em relação à ética corporativa

As empresas e outras instituições têm desafios éticos, que se renovam com a revisão dos processos e avanços tecnológicos, além de mudanças sociais e legais. Este conjunto de transformação exige novas políticas, novas formas de prevenção e, principalmente, revisão das práticas internas e de desenvolvimento e/ou implantação de códigos de conduta.

O grande desafio das instituições públicas ou privadas, nacionais ou internacionais é atualizar as suas políticas e práticas de forma tão rápida que consigam atender à sociedade atual, que está sofrendo profundas e rápidas transformações.

O desenvolvimento e a revisão destes aspectos não podem ser algo apenas formal, mas devem representar mudanças e desenvolvimento efetivos, para tal; é fundamental ter claro três fatores:

Portanto, para o desenvolvimento de políticas éticas é necessário também inovação. Conforme a Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OCDE) (2005):

Inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (55).

Fator 1 – Com o desenvolvimento social e a evolução da comunicação, nos deparamos em muitas situações novas, sendo que as leis e a sociedade nem sempre

estão preparadas para elas, pois, muitas vezes nem consideram a hipótese de que pode ocorrer o evento.

Fator 2 – A ética e a responsabilidade social devem ser práticas cotidianas.

Fator 3 – Há a necessidade não apenas de tolerância, mas de aceitar, respeitar, conviver e saber que há muito para aprender com a multiculturalidade.

Logo, é muito importante as instituições desenvolverem seus códigos de conduta empresarial. Dominguez, Novelo e Baqueiro (2023) realizaram pesquisas sobre a necessidade de elaborar e implementar um Código de Ética. Os respondentes foram estudantes-funcionários de empresas de Mérida, México, sendo que os resultados indicaram que, nas Pequenas Médias Empresas é importante a criação de um Código. Os entrevistados consideram que os valores éticos na empresa os ajudam a orientar as ações (47,04%), a serem pessoas melhores (30,00%), a progredir (20,37%) ou a cumprir requisitos (2,59%).

Como desenvolver e implantar o Código de Conduta

As instituições necessitam de estruturas que possibilitem garantir as políticas éticas, para:

- Assegurar sustentabilidade.
- Garantir boa relação interpessoal.
- Contribuir para a melhoria contínua da sociedade.
- Preservar a transparência, imagem, confiabilidade e equidade corporativa.

Portanto a construção dos Códigos de conduta necessita de serem processos éticos e participativos desde o início da sua construção.

Refletir sobre estes aspectos, respeitar a missão da empresa e os seus valores é fundamental para a construção dessas políticas.

Há muitas formas de uma Instituição desenvolver o Código de Conduta, sendo necessário, primeiramente ter muito clara a sua missão e os seus valores e depois realizar a construção coletiva e participativa.

Destaca-se que é muito diferente a forma de construção deste Código conforme o porte da instituição e o perfil, pois pode ser uma instituição pública, uma empresa privada ou uma empresa do terceiro setor.

A seguir, de maneira prática, apresentamos uma proposta de etapas para construção de um Código de Conduta:

Etapa 1: Identificar os recursos internos, que são humanos, materiais e tecnológicos e os recursos externos, como mercado, clientes, fornecedores, concorrentes e outros. Esta avaliação deve ser realizada com as diversas áreas envolvidas.

Etapa 2: Analisar a missão atual e os seus valores e refletir se são condizentes com os recursos identificados. No caso de não serem ou de não existir uma missão formal atual, é o momento de construir. Essa missão e valores da mesma forma que são utilizados para a construção de planejamento estratégico, devem ser utilizados para construção do Código de Conduta. A etapa 2 muitas vezes recomenda-se elaborar de forma conjunta com a etapa 1.

Etapa 3: Elaborar os tópicos que considera relevante serem abordados no Código de Conduta. Estes tópicos devem ser validados pelos envolvidos, buscando-se atender aspectos internos e externos, todas as áreas da instituição e os diferentes níveis hierárquicos.

Etapa 4: Elabora-se com a participação das áreas o Código de Conduta o conteúdo de cada tópico.

Etapa 5: Validação do Código de Conduta. A validação pode ser feita pela alta gestão, além de políticas éticas.

Etapa 6: Disseminação para os Stakeholders.

Etapa 7: Revisão periódica e quando for perceptível que o Código não atende mais as necessidades do ambiente organizacional.

Vinelli e Beltran (2023) elaboraram uma proposta de Guia para a Construção de um Código de Ética dirigido à Propriedade Intelectual da Informação Corporativa dirigido para o setor privado. Na proposta destacam que as empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos fundamentais, reconhecidos internacionalmente, dentro da sua área de influência.

Aspectos relevantes que devem ser abordados no Código de Conduta

O Código de Conduta deve contemplar e considerar os seguintes aspectos: a missão, os valores e os objetivos da empresa; a realidade e o contexto institucional; aspectos legais; a comunidade interna; a comunidade externa; a multicultural, além de questões étnicas e religiosas.

O IBGC tem uma preocupação de forma global, pois se preocupa com as relações internas e externas institucionais demonstrando que a conduta ética deve ser uma prática cotidiana. Este fato é demonstrado no Código das Melhores Práticas de Governança (IBGC; 2009), pois afirma ser necessário o Código de Conduta Abordar: Conselheiros; Diretores; Sócios; Funcionários; Parceiros comerciais ou estratégicos; Clientes e Fornecedores.

Governo

Com esta visão de que a abrangência pode mudar conforme o perfil institucional, O Código das Melhores Práticas de Governança (IBGC) na sua versão de 2015 afirma:

“A abrangência do código de conduta deve ser definida conjuntamente pelo conselho de administração e pela diretoria, em função das características e do estágio de governança da organização. Cada organização deve contar com seu próprio código

de conduta, que deve refletir sua identidade e cultura. O código de conduta aplica-se a administradores, sócios, colaboradores, fornecedores e demais partes interessadas e abrange, ainda, o relacionamento entre elas. Ele deve expressar o compromisso da organização, de seus conselheiros, diretores, sócios, funcionários, fornecedores e partes interessadas com a adoção de padrões adequados de conduta.”

Logo, a estrutura do Código de Conduta apresentada é uma proposta, mas depende das características de cada empresa.

Observações Finais

Para finalizar destacamos que é necessário às empresas, de diferentes portes, refletirem sobre a necessidade de construção e implementação de Código de Conduta, a fim de prevenção a possíveis litígios ou problemas.

A sociedade, por meio dos meios de comunicação, investidores, concorrentes, órgãos nacionais e internacionais, cobra muito novas posturas. As novas tecnologias e a difusão das informações, além dos aspectos legais, colocam em risco as empresas e outros tipos de instituições. Logo, são necessárias políticas para construção e revisão periódica dos instrumentos internos de regulação. O código de conduta é um destes instrumentos.

Observamos, ainda, que a elaboração e implantação deve ser participativa, respeitar a cultura organizacional, as características institucionais, os agentes envolvidos e o contexto em que a empresa está inserida. Deve se refletir sobre os custos de criação e regulação, a legislação vigente e outros aspectos, conforme a realidade institucional.

Esta proposta, com etapas para construção de um Código de Conduta, não pretende esgotar a discussão, mas de apresentar um roteiro que busca respeitar a cultura organizacional e que deve ser implantado ou adaptado considerando a realidade de cada instituição.

Referências

- Domínguez, T. de J. S., Novelo, V. A., & Baqueiro, G. A. B. (2023). Código de ética empresarial, un análisis del aporte de los profesionales y la percepción de los empleados sobre su importancia en las empresas. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo*, 13(26). <https://doi.org/10.23913/ride.v13i26.1565>
- IBGC - Instituto Brasileiro De Governança Corporativa. (2009). *Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa*. 4ª Ed. São Paulo: IBGC. <https://conhecimento.ibgc.org.br/Paginas/Publicacao.aspx?PubId=21141>
- IBGC - Instituto Brasileiro De Governança Corporativa. (2015). *Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa*. 5ª Ed. São Paulo: IBGC. <http://www.ibgc.org.br/userfiles/files/Publicacoes/Publicacao-IBGCCodigo-CodigodasMelhoresPraticasdeGC-5aEdicao.pdf>

- Knoerr, V. S., Portela, I. M., & Rosa. (2023). Reflexo do capitalismo humanista, do programa de integridade e da ética empresarial no objetivo 8 da declaração da agenda 2030 da ONU. *Revista Direito UFMS*, 8(1), 49–65. <https://doi.org/10.21671/rdufms.v8i1.18258>
- OCDE. (2005). *Manual de Oslo. Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação*. 3. ed. Brasília: Finep.
- Santos, F. A. (2023). *Ética Empresarial: Políticas de Responsabilidade Social em 5 dimensões*. 2. ed. – São Paulo: Atlas.
- Tacca, C. A., & Huanca, O. De La C. (2022). Responsabilidad social empresarial una estrategia para promover y garantizar la protección del derecho fundamental al medio ambiente sano y equilibrado. *Revista de Derecho Ambiental*, 2(18), 197–229. <https://doi.org/10.5354/o719-4633.2022.66370>
- Vinelli, I. P. A; Pamela, I., & Beltran, A. R. P. (2023). Ética empresarial: la ejecución de protección de la propiedad intelectual, la información corporativa. *RECIMUNDO*, 7(3), 164–177. [https://doi.org/10.26820/recimundo/7.\(3\).sep.2023.164-177](https://doi.org/10.26820/recimundo/7.(3).sep.2023.164-177)