

Indicadores de Gestão da Ética e As Empresas Mais Éticas do Brasil: Participe!

Ano VI – nº 13 – Março 2014 – [www.revistaeticanosnegocios.org.br](http://www.revistaeticanosnegocios.org.br)

# ÉTICA

nos negócios



**CÓDIGO DE ÉTICA**  
CORPORATIVO



Iniciativa e Realização:

Instituto Brasileiro de

**ÉTICA**  
**NOS**  
**NEGÓCIOS**

**EDIÇÃO 2014**

**1000** maiores **empresas**

**50** principais **bancos**

**TOP 100** do agronegócio

Ética nos Negócios x Valor Estratégico: eis a questão!

# SUMÁRIO DA PESQUISA

# 2014

## EDITORIAL E MATÉRIAS

04 Editorial: Douglas Flinto

06 Indicadores de Gestão da Ética

08 Lei Anticorrupção

10 As Empresas mais Éticas do Brasil

12 Storaenso

## ARTIGOS ESPECIAIS

17 A Ética do líder na realidade nua e crua

20 Sucesso alicerçado em Valores e Ética

18 Estágio de desenvolvimento dos times

21 Para que serve os Códigos da Ética

## PESQUISA NACIONAL

24 Pesquisa Código de Ética Corporativo 2014

25 Objetivos e Metodologia

26 O Código de Ética

31 Afinal, o que é Ética?

33 Como mantemos nossa Integridade?

28 Ética e Compliance

29 O "whistleblower"

30 Sustentabilidade Empresarial

32 É fácil exercer a Ética?

34 Ética nos Negócios e Valores Corporativos

Especial

## EMPRESAS PARCEIRAS



### PUBLICAÇÃO

Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios  
Rua 24 de Maio, 950 - Campus da  
Veris Educacional - CEP 13035-370  
Campinas SP - Tel.: (19) 3326-0453  
E-mail: revista@eticanosnegocios.org.br

### Arte e Diagramação

Rafael Alvares

### Revisão

Cláudia Razzante

### CONSELHO EDITORIAL

Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios

### Presidente

Douglas Linares Flinto

### Conselheiros

- Elenir Fermino Melo  
(Vice-Presidente)  
- Edivaldo Berteli Reolon  
(Diretor de Relações Institucionais)  
- Eduardo Colamego  
(Diretor de Projetos)  
- Karina Gomes Calixto Lourenço  
(Diretora dos Programas de Ética Pública)  
- Marcos Renato Silva  
(Diretor de Expansão Internacional)  
- Cícero Rodrigues de Oliveira  
(Diretor Administrativo - Financeiro)

### Publisher

Douglas Linares Flinto

### Responsável Pesquisa Código de Ética

Eduardo Colamego

## 2014: RESULTADOS DA PESQUISA NACIONAL

Números Gerais das TOP 1000

Dados separados por segmento

RESULTADOS GLOBAIS

Considerações

FINAIS

86

PRÊMIO ÉTICA NOS NEGÓCIOS

Entrega do Prêmio de 2013  
Empresas Finalistas dos Últimos Anos

44

72

MULTINACIONAIS

Resultados Globais

36

76

TOP 100

Resultados Exclusivos  
do Agronegócio



## Ética nos Negócios & Valores Corporativos. Tem ou não tem? Eis a questão!

A Pesquisa Código de Ética Corporativo tem um valor muito especial, pois foi a primeira iniciativa realizada pelo Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios e que teve os resultados divulgados durante um evento de comunicação empresarial ocorrido em Fortaleza/CE, em maio de 2008.

De lá para cá, a Instituição avançou muito! Este ano completaremos onze anos de fundação. Desenvolvemos e realizamos mais de 20 iniciativas para o fomento da Ética no meio empresarial e também junto às crianças, jovens e universitários, já que os estudantes de hoje serão os empreendedores, empresários, executivos e colaboradores das empresas de amanhã. Como se não bastasse, estamos em processo de expansão internacional num modelo inédito em todo o mundo, priorizando as premissas da Franquia Social e das Empresas Juniores.

Para sedimentar esta expansão internacional, lançaremos em junho de 2014, antes da abertura oficial da Copa do Mundo de Futebol, os resultados da **Pesquisa Código de Ética Corporativo na América Latina**, utilizando como base de estudo as TOP 500 listadas no ranking elaborado pela revista América Economia com as maiores empresas da América Latina.

Ano passado, deixamos de lado, após dois anos de atividades, um curso idealizado e promovido pela Fundação Dom Cabral (FDC) - reconhecida como a primeira Escola de Negócios da América Latina e a oitava do planeta - dedicado ao Terceiro Setor e batizado de POS (Parceria com Organizações Sociais). Com aulas presenciais e consultorias mensais em nossa sede social, validamos a missão, a visão e os valores institucionais e também construímos juntos o planejamento estratégico para 2014/2015.

Nele, ficou latente a necessidade de conquistar empresas para nos ajudar a levar a bandeira que carregamos, há mais de 10 anos, ainda mais adiante.

A FDC não conseguiu responder uma questão: Por que o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, com tanto tempo de atuação no país, com iniciativas excepcionais para cumprir uma nobre, louvável e exemplar missão - que é (ou deveria ser) o principal alicerce de qualquer empresa - e também está viabilizando o processo de expansão internacional envolvendo a Academia e seus alunos em graduação, não consegue sensibilizar empresas para integrar seu quadro associativo e, muito menos, para fazer parte do seleto time de Parceiras Institucionais?

Para tentar responder a esta pergunta, aproveitamos esta edição da Revista Ética nos Negócios para começar uma discussão, objetivando provocar saudáveis reflexões daqui pra frente, sobre a relação entre a Ética nos Negócios e os Valores Corporativos, e os motivos que levam as empresas a ter (ou não ter) a Ética como um (verdadeiro) Valor Estratégico.

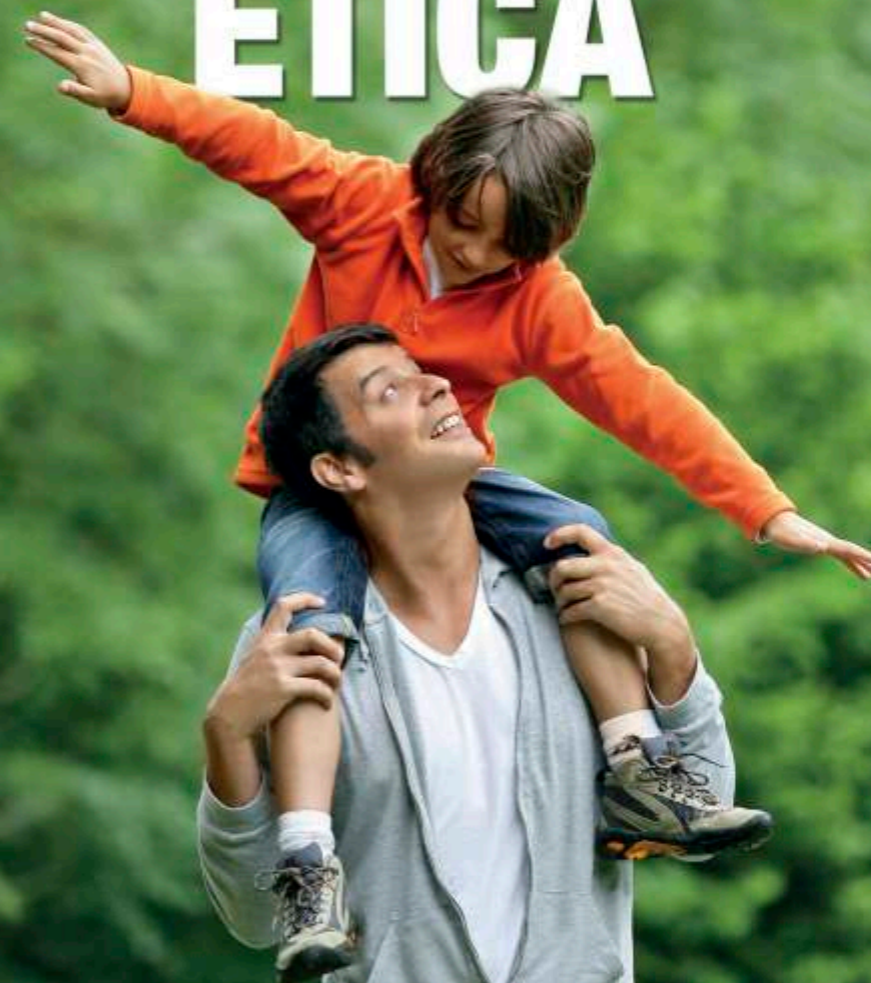
Boa leitura!

**Douglas Linares Flinto**  
Fundador e Diretor-Presidente  
Instituto Brasileiro de Ética  
nos Negócios



**Profissionalismo,  
Espírito de equipe,  
Respeito ao meio ambiente,  
Criação de valor,  
Cooperação.**

# ÉTICA



**A ética é a peça-chave de todos os nossos valores.**

Os valores corporativos da Tractebel Energia são expressos na nossa forma de agir. O nosso padrão ético é refletido nos princípios fundamentais que guiam as nossas práticas: o cumprimento das leis e regulamentos, a integridade, a lealdade, a honestidade e o respeito pelos outros. A ética é um valor que permeia todos os outros valores da Tractebel Energia e lhes dá vida.

**Tractebel Energia**  
GDF SUEZ

Energia para a vida.

[www.tractebelenergia.com.br](http://www.tractebelenergia.com.br)

## Indicadores de Gestão da Ética

### VALIOSA FERRAMENTA É LANÇADA PARA CONTRIBUIR COM A GESTÃO DA ÉTICA EMPRESARIAL

Os Indicadores de Gestão da Ética (IGE) foram idealizados pelo Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios no início de 2012 e começaram a ganhar forma a partir de um “texto base”, elaborado pela Sra. Izilda Capeletto (ex-Diretora de Ética do Grupo AES Brasil) e pela professora de Ética da FGV-SP, Sra. Maria Cecília de Arruda.

Em seguida, foi criado um grupo de trabalho (GT), composto por alguns executivos de grandes empresas, com a missão de “construir e divulgar indicadores para auxiliar as empresas na autoavaliação de seu estágio na Gestão da Ética, direcionando as ações para as melhores práticas de Ética nos Negócios”.

No final de 2013, após vários encontros, os IGE foram finalizados e lançados oficialmente em abril de 2014, durante a cerimônia de divulgação dos resultados da 7ª edição da Pesquisa Código de Ética Corporativo, ocorrida na capital paulista.

Os Indicadores de Gestão da Ética servirão para que as empresas de qualquer porte e segmento de mercado possam fazer sua autoavaliação. Ao final do questionário, a empresa saberá em que estágio se encontra (básico, intermediário ou avançado) e a sugestão dos passos a serem dados para que possa galgar os degraus da Gestão da Ética.

Acesse o site [www.ige.org.br](http://www.ige.org.br) e confira!



#### AUTOAVALIAÇÃO EMPRESARIAL

O questionário de autoavaliação dos Indicadores de Gestão da Ética são divididos em nove tópicos e possui um total de 77 questões ligadas à Ética & Compliance, conforme o quadro abaixo:

TÓPICO		TOTAL
I	Estrutura do Programa e Supervisão	05
II	Liderança & Recursos	04
III	Padrões & Processos	07
IV	Administração do Risco & Compliance	06
V	Educação & Treinamento	12
VI	Disciplina & Incentivos	10
VII	Métricas & Monitoramento	18
VIII	Outras Práticas	10
IX	Identificação da Empresa*	05

\* Os dados referentes ao tópico IX (Identificação da Empresa) não são de preenchimento obrigatório. Apenas o campo “segmento de mercado” deverá ter a opção devidamente marcada.

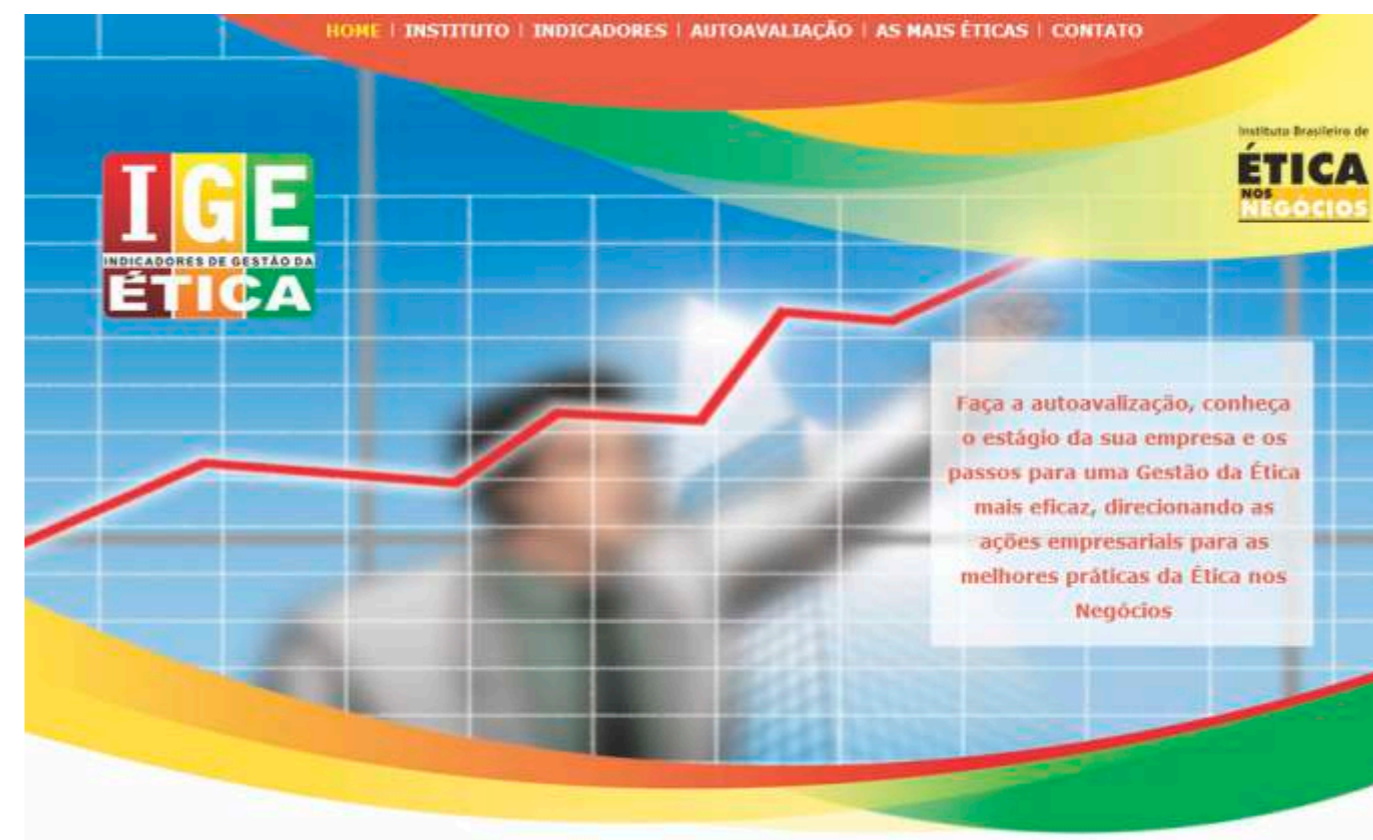
*“Faça a autoavaliação, conheça o estágio da sua empresa e os passos para uma Gestão da Ética mais eficaz, direcionando as ações empresariais para as melhores práticas da Ética nos Negócios”*



Ao final do questionário dos Indicadores de Gestão da Ética será informado em qual estágio a empresa se encontra:

BÁSICO	INTERMEDIÁRIO	AVANÇADO
A empresa utiliza muito pouco ou praticamente nenhuma ferramenta de Gestão da Ética.	A empresa já dispõe de algumas ferramentas de Gestão da Ética.	Parabéns. A autoavaliação revela que a empresa tem um sistema avançado de Gestão da Ética.
Para atingir a meta de ter uma Gestão da Ética eficaz, esta empresa deverá estabelecer um programa a ser implementado gradativamente.	Para atingir a meta de ter uma Gestão da Ética eficaz, esta empresa deverá aperfeiçoar algumas ferramentas existentes e implantar algumas novas.	A empresa atingiu a meta da Gestão da Ética eficaz. Parabéns!

Em seguida, os IGE apresentarão os passos a serem dados para que a empresa evolua e conquiste a excelência na Gestão da Ética.



## Lei Anticorrupção

Os Indicadores de Gestão da Ética serão um grande aliado das empresas para se blindarem contra os prejuízos de imagem, de reputação e até financeiros em razão da promulgação da Lei 12.846/2013, sancionada pela presidente Dilma Rousseff em agosto do ano passado.

Este ordenamento jurídico, mais conhecido como Lei Anticorrupção, foi promulgada no dia 29 de janeiro de 2014 e passou a responsabilizar empresas envolvidas em atos de corrupção contra a administração pública nacional ou estrangeira, permitindo a punição de empresas com pesadas multas e até o fechamento das suas portas.

Até então, as empresas flagradas em alguma prática ilícita, podiam alegar que a infração havia sido motivada por uma atitude isolada de um funcionário ou servidor público e, invariavelmente, eram punidos apenas os agentes públicos flagrados, pois era muito difícil comprovar o envolvimento da empresa ou do funcionário.

A partir de agora, empresas surpreendidas em fraudes poderão sofrer processos civis e administrativos que resultarão em multa de 0,1% a 20% do faturamento anual bruto (quando não for possível calcular essa receita, o valor pode ser estipulado por um juiz e variar entre R\$ 6 mil e R\$ 60 milhões). Em casos específicos, a Justiça poderá, inclusive, ordenar o fechamento da empresa.

### Entenda a Lei Anticorrupção

#### Como era antes?

A empresa poderia alegar que o ato de corrupção foi realizado isoladamente por um funcionário e um servidor público. Eram punidos apenas os agentes públicos flagrados e era difícil de comprovar a culpa da empresa ou do funcionário

#### O que muda?

A Lei 12.846/13 responsabiliza e prevê a punição de empresas envolvidas em atos de corrupção. As companhias serão alvos de processos civis e administrativos

#### Penas previstas na lei

- Aplicação de multas entre 0,1% e 20% sobre o faturamento anual bruto (quando não for possível determinar o faturamento, o juiz definirá valor entre R\$ 6 mil e R\$ 60 milhões);
- Reparação total do dano causado;
- Publicação da condenação em veículos de comunicação de grande circulação;
- Proibição de receber recursos (subsídios, subvenções, doações ou empréstimos) de instituições financeiras públicas ou controladas pelo poder público pelo período de 1 a 5 anos;
- Proibição de participar de licitação e de contratar com o poder público durante o cumprimento da sanção;
- Suspensão ou interdição parcial das atividades;
- Fechamento da empresa

Fonte: Câmara dos Deputados e advogado Giovanni Falcoetta, do escritório do Aidar SBZ

g1.com.br

Info gráfico elaborado em 28/01/2014

*"Os Indicadores de Gestão da Ética serão um grande aliado das empresas para se blindarem contra os prejuízos de imagem, de reputação e até financeiros em razão da promulgação da Lei Anticorrupção."*



## As Empresas Mais Éticas do Brasil

O INSTITUTO DE ÉTICA NOS NEGÓCIOS LANÇA RANKING COM AS EMPRESAS MAIS ÉTICAS DO PAÍS

### A iniciativa

Trata-se de um “ranking” que indicará As Empresas mais Éticas do Brasil. O principal objetivo desta iniciativa é motivar as demais empresas em atuação no país a seguirem os passos virtuosos (e vitoriosos) das mais éticas, com vistas a melhorar o ambiente de negócios por meio da gestão eficiente e eficaz da Ética empresarial, com impacto direto tanto na reputação quanto no desenvolvimento econômico, social e ambiental das empresas.

### A base do ranking

O critério de avaliação, validação e ranqueamento será a Gestão da Ética Empresarial tendo como base os Indicadores de Gestão da Ética (IGE).

### O requisito mínimo para participação

Podem participar deste ranking toda empresa estabelecida no país que adote e, principalmente, disponibilize no seu website o Código de Ética (ou Código de Conduta).

### O regulamento

As empresas interessadas em participar, deverão conhecer o regulamento e depois realizar a inscrição no site [www.asmaieticasdobrasil.org.br](http://www.asmaieticasdobrasil.org.br).

### As inscrições

Após conhecer o regulamento, as empresas deverão preencher o questionário dos Indicadores de Gestão da Ética, enviando as informações ao Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios.

### A validação

De posse destas informações, o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios agendará uma “visita de validação” na sede das empresas participantes. Esta visita terá a duração de apenas 8 horas (manhã e tarde) tendo a finalidade de validar as informações prestadas no questionário dos Indicadores de Gestão da Ética.

Esta validação será realizada em parceria com a Socrates LTD., consultoria com sede em Londres e escritório nos Estados Unidos, Brasil e Colômbia.



### A elaboração do ranking

Em seguida, o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios compilará as informações prestadas pela empresa e também na validação “in company”, elaborando o ranking com As Empresas mais Éticas do Brasil.

Depois disto, apenas os nomes das empresas participantes do ranking 2014 serão informados ao mercado.

### A cerimônia de premiação

No final do ano, na capital paulista, em data e local a serem definidos, acontecerá a cerimônia de divulgação do ranking com As Empresas mais Éticas do Brasil e a premiação de todas as empresas participantes.

### A divulgação

Logo após a cerimônia de premiação, os resultados serão divulgados no site do Instituto de Ética nos Negócios e também no site da iniciativa. Além disto, este ranking será divulgado numa edição especial da Revista Ética nos Negócios.



### O cronograma

Esta iniciativa seguirá o seguinte cronograma em 2014:

MÊS / 2014	STATUS
ABRIL	Início das inscrições
JULHO	Encerramento das Inscrições
AGOSTO e SETEMBRO	Validação das Informações
OUTUBRO	Elaboração do Ranking
NOVEMBRO	Cerimônia de Premiação

*“Participe deste ranking e se torne um referencial e um modelo para as demais empresas do país!”*

HOME | INSTITUTO | AS MAIS ÉTICAS | INDICADORES | INSCRIÇÕES | CONTATO

AS EMPRESAS +ÉTICAS BRASIL

Instituto Brasileiro de ÉTICA NOS NEGÓCIOS

Participe deste ranking e se torne um referencial e um modelo para as demais empresas do país!

ABR	Início das inscrições
JUL	Encerramento das Inscrições
AGO e SET	Validação das Informações
OUT	Elaboração do Ranking
NOV	Cerimônia de Premiação

**NÃO DEIXE SUA EMPRESA FORA DESTA INICIATIVA. PARTICIPE**



## Ética na visão do Presidente

“Stora Enso deseja ser precursora em negócios responsáveis, e isto está intimamente ligado ao nosso propósito - “Faça o bem para as pessoas e para o Planeta”, e aos nossos valores “Lidere” e “Faça o que é correto.”

Nossa empresa se compromete a cumprir com os padrões éticos estabelecidos internacionalmente, e nosso Código de Conduta define a maneira como nós operamos. Nós treinamos nosso pessoal para entender tais necessidades, e isso é o que nossos *Stakeholders* esperam de nós.

Nossa Estratégia de Responsabilidade Global, que também é baseada no feedback dos *Stakeholders*, funda-se nesta ideia. Em 2013 aplicamos esta estratégia para criar um conjunto de metas e indicadores de desempenho projetados para ter certeza de que nós não apenas falamos sobre nossos objetivos, mas realmente fazemos alguma coisa em relação a eles - algo que pode ser medido e seguido.

Nossa Estratégia de Responsabilidade Global, bem como nossos principais indicadores de desempenho, espelham as mudanças que estamos atravessando e as novas situações que enfrentamos relacionadas à responsabilidade social, à ética nos negócios e ao uso da terra em mercados emergentes.”

Jouko Karvinen  
CEO Stora Enso



# Do good for the people and the planet



2014

# ARTIGOS ESPECIAIS

Empresas  
Parceiras:



Tractebel Energia  
GDF-SVEZ



**CÓDIGO DE ÉTICA**  
CORPORATIVO





## A Ética do líder na realidade nua e crua

O professor doutor Mario Rene, meu colega educador da ESPM, numa boa conversa descontraída formulou uma frase extraordinária: "a ética depende da óptica e da época". E eu acrescentaria: e dos valores para escolher e decidir mediante as realidades nuas e cruas. A óptica da ética justifica que todos os dias as leões saiam atrás das zebras e as comam. Por ângulo oposto, a óptica da ética das zebras justifica que as mesmas fujam e soltem coices mortíferos nos reis da cadeia alimentar selvagem.

Mas seres humanos não devem seguir exclusivamente suas programações genéticas, e prestar atenção na jornada ascensional, virtuosa e dos valores. Porém, além da óptica, somos vigiados pela época. Era ético, para muitos, a construção dos campos de extermínio nazistas, pois significava um processo menos traumático para condenações a morte industriais, além de livrar os soldados de males perturbadores de consciência ao participarem dos fuzilamentos nas grandes valas comuns.

E, por outro ângulo da óptica, e da época, era extraordinariamente ético resistir e criar significados e valores dignificantes para um prisioneiro, como única forma de superação, como escreve Viktor Frankl, o psiquiatra e filósofo criador da Logoterapia, depois de ultrapassar anos sob o mesmo martírio dos campos.

Para um líder empresarial, um líder de equipes, executivo, gestor ou mentor, a ética exigirá nos ambientes sustentáveis, onde ambiente, responsabilidade social, pessoas, e lucro dentro da óptica do capitalismo consciente, e da época contemporânea, uma necessária liderança engajada sob valores.

Missão, visão e valores configuram o paradigma das escolhas, e de como decidir numa organização transformadora. Esse líder dentro das realidades nuas e cruas serve para calibrar os olhares das equipes. Transformamo-nos na qualidade do foco. Foco significa paixão. E se a razão orienta, a emoção movimenta. A ética pressupõe escolher e tomar decisões no dia a dia que criem e fortaleçam a confiança.

Impossível liderar sem confiança. A confiança, tanto nas relações internas quanto externas de uma cadeia de valor, viabiliza a criação, pois para criar será necessário perder o medo do conflito. A ética da confiança orquestra o conjunto, o formar em equipe, a diversidade, a responsabilidade com o "accountability". A ética das métricas e a confiança, na jornada criadora conduzem à organização empresarial ao comprometimento e atenção para resultados.

Exemplos e casos revelam o quanto a ética colocada acima da óptica e da época, e valorizada por um conceito humanista evolutivo e ascensional, tem criado organizações sustentáveis e duradouras, e definido positivamente a gestão do risco, a superação do tempo, além de criar competências que orientam as empresas na sua direção olhando o presente com um farol do futuro, versus decidirem cada minuto presente sob o pano de fundo do espelho retrovisor.

A ética do líder na realidade nua e crua representa saber que quem faz transforma. É como no meu livro Liderança para fazer acontecer, explícito: o novo líder sustentável será responsável pelo que cria e pelo que não destrói para poder criar. E como escreveu Machado de Assis: viver é tirar o maior bem do maior mal. Significa: ética acima da óptica e da época. Liderar a partir dos valores imutáveis das leis onde competição faz parte do jogo, mas conquistar aliados e não negociar com o mal, faz parte da sabedoria e da inteligência duradoura, que ao passar do tempo se transforma em imensos ganhos em curto e curtíssimo prazos.

### José Luiz Tejon Megido

Jornalista e Publicitário; Comentarista da Rádio Estadão; Mestre em Educação, Arte e Cultura; Doutorando em Ciências da Educação (Universidade de La Empresa); Professor de pós-graduação da FGV Incompany; Dirigente do Núcleo de Agronegócio da ESPM; Autor e coautor de 32 livros; Palestrante Top Five Prêmio Estadão RH.



# Estágio de Desenvolvimento dos times

Todas as organizações buscam desempenhar suas ações dentro de elevados padrões que atendam as necessidades de seus clientes, pretendendo com isto fidelizar seus mercados consumidores.

Para isto, donos, presidentes ou CEO's de empresas, disseminam conceitos e editam códigos de ética e de condutas, que pretendem estabelecer o que cada um pode ou não fazer na organização.

Não há o que discutir quanto à necessidade desta prática como ação básica para a conquista de operações sadias e com menor exposição a riscos de fraudes ou condutas que venham a comprometer a reputação da empresa.

Mas neste cenário surgem as reflexões: Estão os Valores e Princípios dos colaboradores alinhados aos objetivos da organização? São os Valores e Princípios dos colaboradores consistentes entre si? Estão os colaboradores conscientes da necessidade de exercerem suas funções dentro dos Valores e Princípios da organização para

conquistarem o Propósito da empresa?

Mais do que disseminar conhecimentos, editar códigos de condutas e/ou ética, os donos, presidentes e CEOs, necessitam exercitar todos aqueles Valores e Princípios objeto das ações básicas.

Assim como em qualquer esporte, os atletas de alta performance atingem seus podiuns após longos e intensos períodos de treinos. Nas vidas das organizações não é diferente.

Os líderes necessitam treinar seus times em condutas éticas. E nada melhor do que o permanente feedback com os colaboradores para, em conjunto, avaliarem os ganhos e perdas de determinadas atitudes e/ou posturas.

Pois, caso contrário, terão somente uma grande bagagem teórica - conhecimento; sem nenhuma habilidade e atitude para execução. Ou seja, não serão COMPETENTES para o exercício da liderança.

É comum, posicionar os códigos de conduta ou ética, nas operações de visibilidade externa, criando assim um efeito de reconhecimento de alto desempenho pelo simples fato da empresa possuir estruturas funcionais que remetem a um "juízo" de possível alta performance. Códigos de conduta e ética, descritos e publicados em seus websites. Tal fato é trazido à reflexão por Duncan J. Watts, em seu livro "Tudo é óbvio\* Desde que você saiba a resposta" (pag. 201), ao registrar o que o professor de estratégia e gestão Phil Rosenzweig chama de "Efeito Halo", no caso que "...a Enron foi, durante seis anos antes de sua espetacular implosão em 2001, descrita pela revista Fortune como "A empresa mais inovadora da América", enquanto a Steve & Barry's - agora uma finada loja de roupas a preços baixo - era laureada pelo New York Times como transformadora, apenas alguns meses antes de declarar falência. Nestes casos, diz Duncan, a conclusão de Rosenzweig é que, as maneiras como as empresas foram avaliadas têm mais a ver com a percepção que se tem delas como bem-sucedidas do que desempenho real.

Este efeito Halo, cabe observar no desempenho ético dos times, quando observados seus comportamentos internamente. Pelo fato da empresa ter uma "reputação" ética no mercado, ou por serem constituídos por profissionais que pouco expõem suas ideias, isto não determina que o resultado real dos colaboradores seja ético, uma vez que, ao observamos dados estatísticos dos tribunais do trabalho, é possível observar o crescimento do número de ações judiciais com características que evocam o dano / assédio moral.

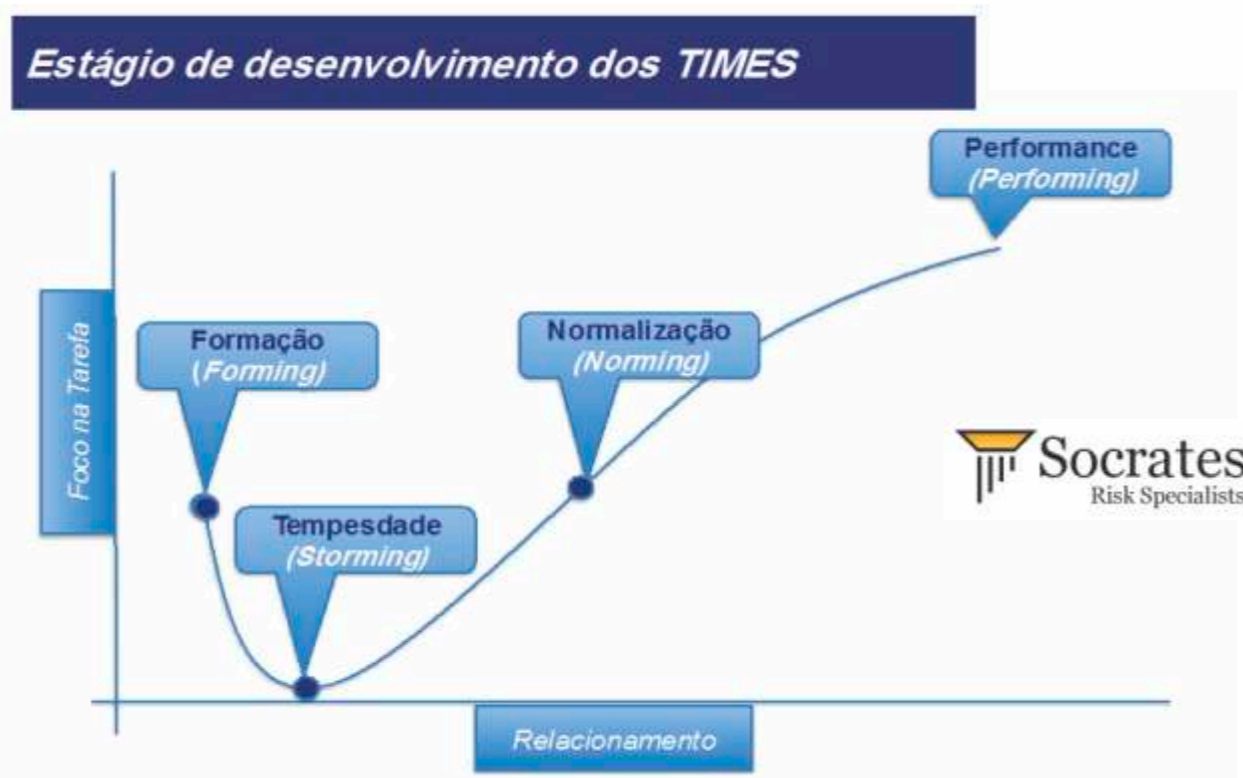
Assim, negar o efeito Halo é expor-se a risco. Como forma de reduzir esta exposição, a prática de encontros regulares com os times para avaliar o real desempenho e integração é o elemento que irá neutralizar ou diagnosticar disputas de espaços internos, transferências de responsabilidades, atalhos em processos de trabalho, atitudes eletistas, que na maioria das vezes, irão minar a performance da organização.

Logo, entender a maturidade do time, seu estágio de formação, é elemento diferencial para atingir a alta performance.

Conhecer cada um dos estágio, possibilitará levar seu time para a etapa seguinte! Para isto, esteja COM ele, CONVERSE com ele. E reflita:

*"Em qual estágio a minha equipe está?"*

Sergio Breyer Filho  
www.socratessa.com



# Sucesso alicerçado em Valores e Ética

Os mais renomados autores sobre Gestão Empresarial concordam que só pode haver sucesso duradouro para pessoas e empresas quando esse sucesso é alicerçado em valores e princípios elevados. Esses valores elevados têm como base virtudes que são a marca dos grandes líderes e pessoas de sucesso. Assim falou Peter Drucker e assim nos ensinam Jim Collins, Warren Bennis e tantos outros. Mas quais serão esses valores e essas virtudes que alicerçam o sucesso? A palavra “cardeal” vem de “cardo”, “cardinis” que em latim significa eixo, dobradiça. Assim as virtudes cardeais são aquelas em torno das quais todas as demais giram. As quatro virtudes cardeais são: Prudência, Justiça, Fortaleza e a Temperança.

A Prudência dispõe a razão para discernir em todas as circunstâncias o que é certo e deve ser feito e a escolher os meios justos para atingir objetivos. A Justiça é a virtude que nos dá uma constante e firme vontade de dar aos outros o que lhes é devido. A Fortaleza ou Força, nos assegura a firmeza nas dificuldades e o domínio da vontade e a constância na procura do bem. A Temperança ou Moderação, nos proporciona o equilíbrio em nossas ações. Pode reparar que os grandes líderes e pessoas de sucesso duradouro pautam sua vida com base nessas virtudes e em outras que são consequências destas.

Há, portanto, além das chamadas cardeais, um conjunto de virtudes que moldam o caráter e nos indicam uma pessoa de sucesso: a ética é uma delas e das mais importantes. Há também a paciência, a generosidade, a perseverança, a lealdade, a amizade, a sinceridade, o respeito, a ordem, a paciência, a sobriedade, a gratidão, a empatia, a simplicidade e a humildade. Preste atenção e verá que pessoas de sucesso, em qualquer profissão ou atividade, das mais simples às mais complexas, são aquelas cujos comportamentos são fundamentados em valores éticos e morais e princípios elevados e nas virtudes que descrevemos acima. A ética é a moral na prática do dia a dia. São os valores e as virtudes concretizados nas ações pessoais e profissionais de cada um.

E virtude é um hábito. E um hábito se constrói pela repetição. Assim, para ser ético é preciso praticar a ética. Para ser paciente é preciso praticar a paciência. Para ser leal é preciso praticar a lealdade. Para ser simples é preciso praticar a simplicidade. Para ser humilde é preciso praticar a humildade e assim por diante. E Peter Drucker, assim como Jim Collins afirmam que a maior virtude dos grandes líderes empresariais é a humildade, seguida pela gratidão. Pessoas de sucesso sabem que ninguém chega ao pódio sozinho e isso as faz humildes e agradecidas aos que as ajudaram a chegar onde estão.

Faça uma autoavaliação: como está a sua prática da ética e das virtudes que levarão você a um sucesso duradouro? Quais são os seus valores? Como anda sua ética?

Pense nisso. Sucesso!

**Professor Marins**  
antropólogo e consultor  
[www.marins.com.br](http://www.marins.com.br)



# Para que servem os Códigos de Ética?

Para que servem os códigos de ética? As empresas que os têm, seguem e gerenciam, conhecem e sabem seu profundo valor. Aquelas que não os têm como base de sua conduta, talvez ainda estejam perdendo uma dimensão indescritível da autoridade e do poder em suas organizações.

As empresas que se pautam em princípios éticos sólidos não temem definir uma política de regras claras em todos os campos que seus diretos elejam como de importância para sua razão de ser.

Buscar e manter uma cultura ética são objetivos de qualquer executivo competente e bem intencionado, consciente de que a ética vale a pena.

Nessa linha, programas de educação, sensibilização, informação e incentivo à atuação ética são cada vez mais desenvolvidos nas empresas. Os altos executivos começam a perceber que o custo de controles, auditoria e compliance, assistência jurídica, prevenção à lavagem de dinheiro, corrupção e risco ultrapassam valores que se classificariam como aceitáveis. A ética vale a pena.

A tranquilidade advinda de uma atuação coerente com o código de ética ou de conduta da empresa é algo que entusiasma. A paz, virtude tão pouco encontrada atualmente, é uma das consequências da transparência vivida como grande valor, especialmente por quem ocupa cargos de responsabilidade na organização. Note-se que transparência é compatível com discrição, confidencialidade e prudência inerentes à posição da pessoa que detém a informação.

O código de ética dá visibilidade à empresa. Indica que há valores sobre os quais se estruturam premissas e compromissos para com diferentes grupos de interesse, dentro e fora da organização. Esse registro sempre configura ou pressupõe relações de seriedade e responsabilidade, condições para bons negócios.

A recente legislação de combate à corrupção vem encontrar no código de ética um aliado positivo: estimular a fazer bem coisas boas é muito mais convincente do que coibir ações perniciosas, que lesam as pessoas e a empresa.

Num momento em que o Brasil abre seus braços para a entrada de capital estrangeiro, muitas empresas se preparam para recebê-lo. O código de ética é um instrumento que agrega valor, essencial para quem está ou pretende entrar no mercado de capitais.

Muitas outras ‘utilidades’ haveria para explicar para que serve um código de ética, e muitas outras ‘razões’ haveria para entender que ele vale a pena. Uma sugestão para profissionais das empresas que ainda não o possuem é perguntar aos executivos de grandes empresas, qual foi sua experiência e quais foram seus benefícios. Com grande margem de certeza, ouvirão histórias de entusiasmo. Valeu a pena!

**Maria Cecilia Coutinho de Arruda**  
Professora Aposentada da FGV-EAESP  
Hética Treinamento Empresarial



2014

# PESQUISA NACIONAL



Empresas Parceiras:



Tractebel Energia  
GDF-SVEZ



**CÓDIGO DE ÉTICA**  
CORPORATIVO

## A Pesquisa Código de Ética Corporativo 2014

Lançada em 2008, a Pesquisa Código de Ética Corporativo chega à 7ª edição e compara os resultados apurados no ano passado envolvendo as 1000 maiores empresas em atuação no país, os 50 principais bancos e as TOP 100 do agronegócio nacional.

Para o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, idealizador e realizador deste inédito estudo, não pode haver empresa trilhando o caminho da Sustentabilidade sem que a cadeia produtiva esteja envolvida neste processo de desenvolvimento e amadurecimento empresarial. E assim, a Pesquisa Código de Ética 2014 motivará pequenas e médias empresas a seguir os passos virtuosos (e vitoriosos) das grandes corporações.

Apesar do Instituto de Ética nos Negócios haver incluído na metodologia desta pesquisa a análise de um local apropriado - no website corporativo - para que os *Stakeholders* possam fazer perguntas e comunicar preocupações pessoais e com a empresa, não houve alteração no resultado, pois, o número de empresas que utilizam esta importante ferramenta da Ética & Compliance, manteve-se inalterado. Isto pode indicar que, mesmo sendo algo importantíssimo para a melhoria da Gestão da Ética para manter a reputação corporativa inatingível e inabalável, a figura do “whistleblower”, vem ganhando espaço no meio empresarial brasileiro de maneira tímida.

É esperado que estudo possa, em tempos de promulgação da Lei Anticorrupção, valorizar ainda mais o Código de Ética para que este instrumento ganhe toda a notoriedade que merece dentro e fora do ambiente de negócios do Brasil.

### NOVIDADES PARA ESTE ANO

Valendo-se da experiência e da metodologia atual, o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios inova mais uma vez ao ampliar a Pesquisa Código de Ética Corporativo para a América Latina.

Para isto, utilizará como base de estudo as TOP 500 listadas no ranking elaborado pela revista América Economia com as maiores empresas da América Latina.

Este inédito estudo estará disponível a partir de junho de 2014 e você poderá conhecer acessando o site [www.codigodeeticaamericalatina.org](http://www.codigodeeticaamericalatina.org).

Nesse ano a Pesquisa Código de Ética Corporativo analisará as TOP 500 da América Latina



## Os Objetivos e a Metodologia da Pesquisa

### OBJETIVOS

A Pesquisa Código de Ética Corporativo tem como principal objetivo fomentar a importância em se adotar e divulgar o Código de Ética e, especialmente, para servir de exemplo e motivação para que um número maior de executivos e empresários venham se utilizar deste que é o mais importante instrumento da Atuação Responsável e da Governança Corporativa.

### METODOLOGIA

O método utilizado neste estudo é simples e objetivo. A pesquisa é realizada junto à maior e mais importante ferramenta de divulgação das informações corporativas na atualidade: a Internet.

No meses de janeiro e fevereiro de 2014, a Diretoria de Projetos do Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, acessou os websites das 1000 maiores empresas do país, dos 50 principais bancos e das TOP 100 do agronegócio nacional, para analisar os seguintes quesitos:

#### Divulgação

Foram consideradas as empresas que disponibilizam, livremente, no website corporativo o Código de Ética. As empresas que informam possuir este instrumento, porém não o deixam disponível para conhecimento dos seus *Stakeholders*, foram tratadas como aquelas que não disponibilizam este importante instrumento, ou por não possuírem ou por optarem não divulgá-lo publicamente.

#### Localização

Verificação do local em que as empresas disponibilizam seus Códigos de Ética dentro do website corporativo.

#### Destaque Página Inicial

Se o Código de Ética tem algum tipo de “destaque” na página inicial do website corporativo.

#### Ações de Responsabilidade Socioambiental

Identificação das empresas que divulgam ações de responsabilidade social e/ou ambiental.

### Relacionamento com os Stakeholders

Se o Código de Ética contempla o relacionamento com os diversos públicos com quem a empresa interage no dia a dia dos seus negócios - os chamados “*Stakeholders*” -, inclusive o meio ambiente.

### Obrigatoriedade de Denúncia

Existência de cláusula explícita contendo a obrigatoriedade de levar ao conhecimento da empresa, tanto pelos *Stakeholders* internos quanto pelos externos, quaisquer preocupações, desvios de conduta ou não conformidades com as palavras e ao espírito do Código de Ética.

### Proteção ao Denunciante

Existência de cláusula explícita com a informação de que a empresa protegerá de qualquer tipo de “represália” àqueles *Stakeholders*, inclusive seus colaboradores, que relatarem os fatos presenciados ou de conhecimento.

### Balço Social ou Relatório de Sustentabilidade

Identificação das empresas que elaboram e divulgam este importante instrumento de prestação de contas aos *Stakeholders*.

### Sustentabilidade

Verificar se já existe algum tipo de menção ou mesmo destaque à Sustentabilidade no website das empresas pesquisadas.

### Empresa Estrangeira

Dentre as empresas estrangeiras em atuação no país que não disponibilizam o Código de Ética no website corporativo nacional, será realizada pesquisa no website global para verificação da divulgação (ou não) do Código de Ética, inclusive com a tradução para outro idioma, além do inglês.

### Canal apropriado para relatar preocupações

Verificação de um canal apropriado para que os *Stakeholders*, inclusive funcionários, possam fazer perguntas e comunicar preocupações pessoais e com a empresa.

## O Código de Ética

### DEFINIÇÃO

Para o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios o Código de Ética pode ser definido como "a declaração do conjunto de direitos, deveres e responsabilidades empresariais para com os *Stakeholders*, refletindo a cultura, os princípios e os valores, a atuação socioambiental e o conjunto das normas de conduta para dirigentes, executivos e colaboradores bem como para as empresas integrantes da cadeia produtiva, mediante os quais atuam as premissas que enriquecem os processos decisórios da empresa e orientam o seu comportamento. Além disto, deve ser o principal instrumento da Governança Corporativa e da gestão estratégica para se tornar um aliado das empresas no caminho que levará ao Desenvolvimento Sustentável".

### IMPORTÂNCIA

O Código de Ética pode ser interpretado como a Lei Maior da empresa, sua Constituição, ou seja, o Código de Ética é uma "Carta dos Direitos e dos Deveres Fundamentais" (éticos), por meio da qual a empresa indica e esclarece as suas próprias responsabilidades éticas, sociais e ambientais. Desta maneira, este instrumento tem a função de explicitar um tipo de CONTRATO SOCIAL<sup>1</sup> responsável por ligar a empresa aos vários grupos e indivíduos que interagem direta ou indiretamente no dia a dia de seus negócios, os chamados *Stakeholders*.

O Código de Ética é o instrumento que permite a todos os *Stakeholders* conhecerem uma empresa, suas formas de atuação e suas normas de conduta, tanto dela (empresa) como de todos os seus funcionários, daí a importância de divulgá-lo no website empresarial, pois somente assim a empresa tornará público, de fato, o seu compromisso.

O Código de Ética norteia a empresa e seus *Stakeholders* para se conduzir os negócios de

maneira ética, socialmente responsável e ecologicamente correta para se trilhar o caminho da tão falada e necessária Sustentabilidade.

### CONTEÚDO

O Código de Ética vem se aperfeiçoando ao longo do tempo. Originado da Declaração de Princípios (descrição da missão, visão e valores da empresa), passando pelo Código de Conduta (regras de conduta a serem observadas e cumpridas por todos os funcionários da empresa) e chegando aos atuais Códigos de Ética os quais 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, de seus colaboradores e da cadeia produtiva
- . Organismos internos para reportar alguma desconformidade ao código
- . Procedimentos e padrões de atuação e controle (Compliance)

### Código de Ética x Contrato de Trabalho

Podemos afirmar também que o Código de Ética tem uma relação com as questões trabalhistas, pois é uma extensão do Contrato de Trabalho dos colaboradores de uma empresa, ou seja, é uma "cláusula adicional" e, portanto, estabelece direitos e deveres recíprocos. E isto é de fácil comprovação, bastando constatar aquilo que foi narrado num determinado Código de Ética analisado durante este estudo:

*"A empresa espera dos seus colaboradores a mesma conduta ética descrita no presente Código de Conduta Profissional dos Empregados, que passará a fazer parte dos contratos de trabalho a serem firmados, assim como dos futuros contratos com fornecedores e prestadores de serviços".*

### Código de Ética x Ex-colaboradores

Em outro código analisado nesta pesquisa, encontramos uma advertência até para ex-funcionários:

*"Este Código de Ética se aplicará aos colaboradores que vierem a se afastar da empresa, permitindo-nos reparar na Justiça quaisquer ações que possam causar prejuízo ou comprometer a imagem, o patrimônio, os resultados financeiros da Companhia e até mesmo a sua capacidade competitiva no mercado".*

### Qual o ganho da empresa em adotar um Código de Ética? <sup>2</sup>

O que ganha a empresa, ou qualquer outro tipo de organização, que se compromete, publicamente, esforçando-se na adoção formal de valores e comportamentos éticos? Ganha, nesse mundo competitivo e de informação on-line, maior chance de se manter viva, com sucesso. Ganha maior reputação, valoriza sua marca, e atrai melhores talentos humanos e parceiros também antenados com seus valores. Tudo isso, numa nova realidade em que o cidadão e o consumidor estarão cada vez mais exigentes, difundindo informações nas redes sociais. Ganha maior integração entre os funcionários e maior comprometimento deles. Obviamente, esses ganhos terão impacto na qualidade dos serviços e produtos oferecidos e, conseqüentemente, nos balanços.

Então, surge logo um questionamento pertinente: "conheço empresas gigantescas e admiradas que tinham Código de Ética e naufragaram no oceano das fraudes". Por que isto acontece? Porque não basta ter um Código de Ética: é indispensável cuidar do como criá-lo, como implantá-lo e como usá-lo na prática. O como significa construir uma cultura ética: terreno sem adubo torna as sementes inúteis. Códigos de Ética devem ser percebidos e usados menos como "manuais normativos" e mais como "livros de valores". Assim, quem investir, simultaneamente, em suas culturas e na adequada adoção dos códigos terá melhor capacidade de corrigir e prevenir situações indesejáveis assegurando boa reputação e bons negócios.

### Vantagens e Desvantagens

Para exemplificar e ilustrar as vantagens e desvantagens para a empresa que elabora, adota e divulga um Código de Ética, transcrevemos um trecho do trabalho sobre o referido tema, elaborado por renomadas especialistas em Ética Empresarial, as professoras Maria do Carmo Whitaker e Maria Cecília Coutinho de Arruda:

*"A adoção de um Código de Ética é uma ótima oportunidade de aumentar a integração entre os funcionários da empresa e estimular o comprometimento deles. Ademais, o Código de Ética permite a uniformização de critérios na empresa, dando respaldo para aqueles que devem tomar decisões.*

*Serve de parâmetro para a solução de conflitos e também protege, de um lado, o trabalhador que se apoia na cultura da empresa, refletida nas disposições do código e que, de outro lado, serve de respaldo para a empresa, por ocasião da solução de problemas de desvio de conduta de algum colaborador, acionista, fornecedor ou algum outro Stakeholder.*

*O Código de Ética costuma trazer para a empresa harmonia, ordem, transparência, tranquilidade, em razão dos referenciais que cria, deixando um lastro decorrente do cumprimento de sua missão e de seus compromissos.*

*É absolutamente imprescindível que haja consistência e coerência entre o que está disposto no Código de Ética e o que se vive na organização. Caso contrário, ficaria patente uma falsidade que desfaz toda a imagem que a empresa pretende transmitir ao seu público. Essa é a grande desvantagem do Código de Ética".*

**"O Código de Ética costuma trazer para a empresa harmonia, ordem, transparência e tranquilidade"**

## O Código de Ética

### A FORÇA E O PODER DO CÓDIGO DE ÉTICA

Por tudo que foi descrito até aqui, para os *Stakeholders* de uma empresa, o Código de Ética tem (ou deveria ter) a mesma força e o mesmo poder que o “Código de Defesa do Consumidor” exerce atualmente em favor das pessoas que possuem alguma relação de consumo com as empresas.

A cada dia, os *Stakeholders*, internos e externos, estão se dando conta desta afirmação. E isto, evidentemente, não é algo ruim para o meio empresarial, mas sim, uma evolução natural para se buscar a excelência de elevados padrões éticos na condução dos negócios e de transparência no relacionamento com todos os públicos de interesse da empresa.

### SUSTENTABILIDADE MORAL X ALICERCE ÉTICO

É importante destacar que não é o Código de Ética que fará com que uma empresa seja mais ou menos ética, mas, com absoluta certeza, este instrumento é de extrema importância no contexto do governo e da atuação responsável empresarial, e podemos afirmar com absoluta convicção que o “Código de Ética é a base de sustentabilidade moral e o alicerce ético que deve orientar e conduzir a gestão e as ações de empresas socialmente responsáveis, ecologicamente corretas e que buscam trilhar o caminho do Desenvolvimento Sustentável”.

## Ética & Compliance

Depois de muitos anos e, principalmente, pela intensificação da cobrança internacional, o Brasil deu os primeiros passos em prol da melhoria do ambiente de negócios no que diz respeito às “relações público privadas”, promulgando, no início deste ano, a chamada Lei Anticorrupção que vem ocupar uma lacuna ao melhor caracterizar os crimes de corrupção e definir punições mais rigorosas aos corruptores e às empresas.

Com isto, notamos que deu início a um movimento nas empresas em atuação no país com a criação ou aparelhagem dos “Departamentos de Compliance”, incluindo a nomeação de um executivo responsável pelo tema, os chamados “Compliance Officer”, dando-lhes autoridade dentro e fora dos muros corporativos.

Alguns especialistas arriscam dizer que a “Onda da Sustentabilidade”, batizada como *greenwashing*, poderá ser substituída pela “Onda do Compliance”. Esta afirmação é até possível, mas temos que destacar que uma “empresa compliance” não (necessariamente) é uma “Empresa Ética”, mas uma “Empresa Ética” é, naturalmente, uma “Empresa Compliance”.

Por este motivo é que o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios acredita que a expressão “Ética” deve estar (sempre) intimamente ligada e interligada à expressão “Compliance”, ou seja, o jargão corporativo tem que ser “Ética & Compliance” e não apenas Compliance, pois, desta forma, transparece que a palavra Ética é muito forte e traz em seu bojo confronto e desconforto, sendo mais suave utilizar apenas a palavra Compliance. Esquecem-se que o Compliance faz parte, deve ser intrínseco à Ética, e não o contrário.

## O “whistleblower”

A partir da edição de 2013, a Pesquisa Código de Ética incluiu um importante quesito de avaliação em sua metodologia. Dentre as empresas que disponibilizam o Código de Ética a análise daquelas que já possuem em seu web site um canal específico e exclusivo para que seus Stakeholders, especialmente seus colaboradores, possam relatar suas preocupações pessoais e com a empresa.

Cada ano que passa o denunciante, aquele que faz uma denúncia de possíveis desvios de conduta de colegas ou superiores bem como de qualquer tipo de desconformidade com as palavras e o espírito do Código de Ética da empresa, ganha mais peso no contexto da reputação e da perenidade dos negócios de qualquer empresa. A expressão deixou de trazer algo pejorativo, deixou de ser rotulada como o “dedo duro” para trazer no bojo de um “tocador de apito”, “naquele que toca o apito”, o chamado “whistleblower”, um caráter mais nobre,

louvável e exemplar com vistas apenas e tão somente a preservar o nome, a imagem, a reputação e o patrimônio da empresa.

Na outra ponta, com o aumento deste tipo de “report”, todos deverão ficar mais atentos a possíveis retaliações contra aqueles que foram motivados pelas empresas, encorajados e protegidos pelos dizeres do Código de Ética a apresentar algum tipo de preocupação ou mesmo denúncia. Não poderá ser permitido que a própria empresa mate o seu “whistleblower”!

Vale destacar que as empresas adotam os mais variados nomes para este canal. Abaixo relacionamos os nomes adotados pelas empresas em atuação no país:

Autoridade da Ética  
Canais de Contato com a Auditoria  
Canal Aberto  
Canal Alerta  
Canal com a Auditoria  
Canal Confidencial  
Canal de Comunicação de Irregularidades  
Canal de Conduta Ética

Canal de Denúncia  
Canal de Ética  
Canal de Práticas Danosas  
Canal Ético  
Comissão de Ética  
Comitê de Ética  
Compliance HelpDesk  
Departamento de Ética e Compliance

Departamento de Práticas de Negócios  
HelpLine  
Linha Direta de Compliance  
Linha Direta de Ética nos Negócios  
Linha Ética  
Ouvidoria\*  
Reportar Práticas Irregulares  
Speak Up

\* O tipo de ouvidoria aqui identificada são apenas aquelas “exclusivas” para receber denúncias. A ouvidoria, digamos assim, mais comumente utilizada pelas empresas para se mais uma canal de comunicação com clientes e consumidores, não foi considerada neste estudo.

*Cada ano que passa o denunciante ganha mais peso no contexto da reputação e da perenidade dos negócios de qualquer empresa*



## Sustentabilidade empresarial

### O TRIPÉ DA SUSTENTABILIDADE

Atualmente, muito se tem falado sobre “Sustentabilidade”, palavra derivativa da expressão Desenvolvimento Sustentável cuja definição - surgida na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, das Nações Unidas para discutir e propor meios de harmonizar dois objetivos: desenvolvimento econômico e a conservação ambiental - mais aceita é: “o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações”. Isto significa dizer: ter desenvolvimento sem esgotar os recursos para o futuro.

A expressão está tão em voga que até se convencionou um “Tripé para a Sustentabilidade”. Este termo tem como origem as dimensões econômica, social e ambiental levadas em conta no “*Triple Bottom Line*”. De fato, as empresas têm responsabilidades, entretanto, a econômica, não pode ser levada em consideração, pois já está implícita e intrínseca aos negócios, ou seja, se a empresa não tiver desenvolvimento econômico-financeiro, não der lucro, ela fecha as suas portas! Portanto, as empresas têm uma responsabilidade prioritária e esta responsabilidade é a de conduzir os seus negócios de maneira honesta, transparente, íntegra, ou seja, com Ética. Se isto for exercido plenamente, elas se tornarão socialmente responsáveis e ecologicamente corretas naturalmente e, assim, estarão trilhando o caminho do tão falado, discutido e necessário Desenvolvimento Sustentável”. Então, o verdadeiro Tripé da Sustentabilidade deve ser aquele que considera as dimensões ética, social e ambiental... E ponto final!

### OBRIGADO E OBRIGAÇÃO

Vale frisar também que empresas, de certa forma, acabam agradecendo à sociedade dizendo: Obrigado! E isto é facilmente

compreensível, porque a expressão “obrigado” pode ser interpretada como uma “fórmula de agradecimento por um serviço prestado ou obséquio recebido”. Então, as empresas acabam “agradecendo” à sociedade por intermédio das ações responsáveis, seja de cunho social ou ambiental. Ou seja, é como se a empresa estivesse “obrigada” a devolver à sociedade e ao meio ambiente parte daquilo que recebe de ambos.

### A ÉTICA NO CONTEXTO DA ATUAÇÃO RESPONSÁVEL EMPRESARIAL

Podemos afirmar, com tranquilidade, que não existe e jamais existirá Responsabilidade Social sem Ética nos negócios; não existe e jamais existirá Responsabilidade Ambiental sem Ética nos Negócios; e muito menos conquistaremos o Desenvolvimento Sustentável sem Ética nos Negócios. Ao contrário, teremos apenas a utilização (no passado) do Marketing da Responsabilidade Social e, nos dias atuais, do Marketing da Sustentabilidade.



**CÓDIGO DE ÉTICA**  
CORPORATIVO

## Afinal, o que é Ética?

### A REPUTAÇÃO E O CARÁTER CORPORATIVO

Ora, de que adianta uma organização se autointitular “Empresa-Cidadã”, “Empresa-Responsável” ou ainda “Empresa Sustentável” se seu discurso corporativo for diferente das suas reais práticas empresariais? Esta, aliás, é a principal incoerência encontrada no mundo dos negócios contemporâneo: ainda existe um gigantesco abismo entre aquilo que muitas empresas pensam e pregam e o seu modo de agir e realizar. Isto é, a grande preocupação ainda é a “Reputação Empresarial” (aquilo que as pessoas pensam que a empresa é) e, por muitas vezes, o “Caráter” (aquilo que a empresa é, de fato), não é aperfeiçoado, é deixado de lado ou mesmo escondido debaixo do tapete.

Contudo, é preciso reconhecer que, ainda que se trate de uma prática empresarial apoiada nos manuais do marketing, isso de alguma forma tem beneficiado a sociedade, preservado o meio ambiente, e a Sustentabilidade vem sendo perseguida. Além do mais, é visível o crescimento do número de empresários e executivos que abandonam essa cultura suicida e adentram, verdadeiramente, no universo seguro e lucrativo da Ética nos Negócios.

Ah! A Ética! Uma palavra pequena, tão falada e nos dias atuais, tão pouco praticada! Todos nós sabemos seu significado, mas é muito difícil de explicar quando alguém pergunta: Afinal, o que é Ética? Para o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, a Ética pode ser mais facilmente compreendida como “tudo que for bom, tudo que for justo, tudo que for verdadeiro, tudo que for nobre, tudo que for correto, tudo que for puro, tudo que for amável, tudo que for de boa fama”... Isto tudo é Ética!

Vale destacar que uma das melhores definições da Ética e que, inclusive, nos faz refletir e repensar sobre nossas próprias ações, seja como pessoa ou como profissional, esta descrita no dicionário elaborado pelo Prof. Francisco da Silveira Bueno:

*“Ética é a parte da filosofia que estuda os deveres do homem para com Deus e a sociedade”.*





## É fácil exercer a Ética?

Cabe aqui outro questionamento: É fácil exercer a Ética? A resposta é: Não! Primeiro, porque somos seres humanos e, portanto, falhos e imperfeitos. Segundo, porque nos deparamos com uma quantidade, cada vez maior, de dilemas éticos todo santo dia e em todas as áreas de nossa vida. E, por muitas vezes, escolhemos o caminho correto, porém, em outras, mesmo quando queremos acertar, acabamos errando. Entretanto, não pode existir nada mais nobre, louvável e exemplar do que buscar a excelência quando o assunto é a Ética, seja como pessoa, seja como profissional, seja como empresa.

### AS EMPRESAS NÃO TEM VIDA

Aliás, sempre dizemos que as empresas não têm vida própria, somos nós que damos vida a elas e, se o conjunto das ações de cada um dos executivos e funcionários for ética, a empresa, naturalmente, será ética. Além disto, o padrão de conduta que for adotado pela empresa será o responsável pela construção da sua reputação e do seu caráter, algo extremamente necessário para que a empresa seja publicamente reconhecida por todos os seus Stakeholders como uma “Empresa Ética”.

Então, podemos concluir que “a aferição da (verdadeira) atuação responsável de uma determinada empresa é a Ética nos Negócios”... E ponto final!

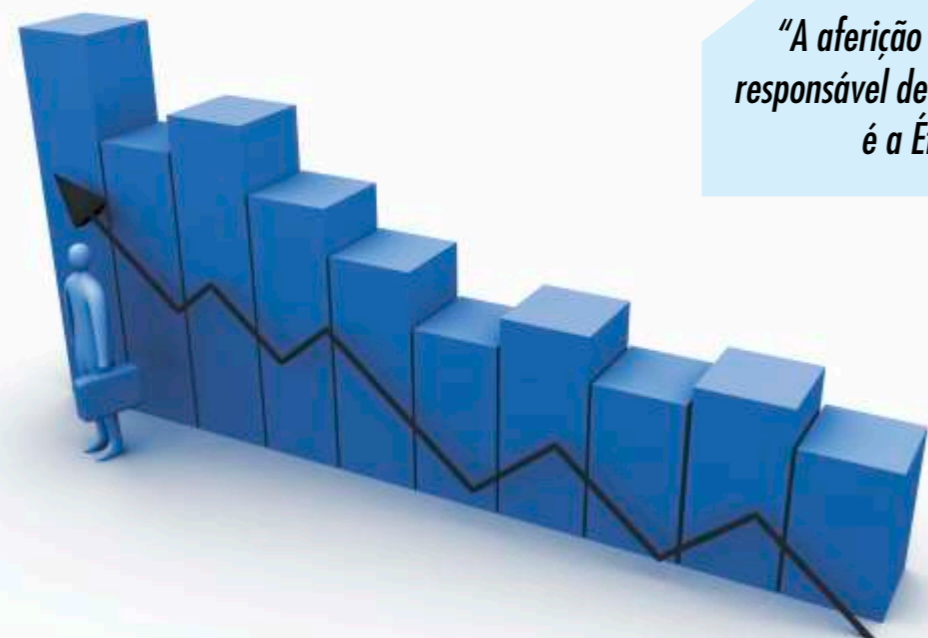
### A IMPORTÂNCIA DA ÉTICA NOS NEGÓCIOS

Anos atrás, a afirmação do parágrafo anterior soaria filosoficamente maravilhosa. Na prática, seria utópica, e no mundo dos negócios, impraticável. Porém, atualmente, os empresários, dirigentes e executivos já se deram conta de que a Ética nos Negócios é algo sério e que começa a fazer sentido. Poderíamos ir até mais longe e dizer que “a Ética nos Negócios significa a sobrevivência das organizações”.<sup>(3)</sup>

### A BASE DA ATUAÇÃO RESPONSÁVEL

Por todas essas razões, o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios acredita (e fomenta) que “a Ética nos Negócios é a base da atuação responsável, o passaporte para a Sustentabilidade, a certeza de lucros constantes e a garantia da perenidade nos negócios”.

*“A aferição da (verdadeira) atuação responsável de uma determinada empresa é a Ética nos Negócios”*



## Como mantemos nossa Integridade?

### O TESTE DA ÉTICA!<sup>(4)</sup>

Dentre os Códigos de Ética analisados neste estudo, nos deparamos com dois quesitos bastante interessantes e que vale a pena destacar, não só para servir de exemplo, mas, especialmente, para nossa reflexão.

O primeiro é a resposta a um questionamento: **Como mantemos nossa integridade?**

*“Diretrizes, regras e políticas não nos tornam honestos. Elas apenas delimitam o caminho que devemos seguir. Cada um de nós deve tomar a sua própria decisão, com base nos nossos próprios valores e na nossa coragem. Apenas quando tornamos o comportamento ético uma reflexão tão natural quanto respirar, realmente temos integridade. A integridade deve ser o ponto de partida de tudo o que fazemos. Quando tomamos decisões, nós as baseamos em nosso senso do que é certo ou errado. Desde que sejamos leais aos nossos ideais, sabemos que o que fazemos é o certo. Em longo prazo, a integridade funciona. A integridade não é fácil! Ela não nos permite tomar atalhos. Pode significar aceitar um sacrifício em curto prazo para criar um benefício em longo prazo. A integridade pode, às vezes, até nos tornar impopulares temporariamente. Quando encorajamos e apoiamos uns aos outros a tomarmos a decisão correta, a integridade deixa de ser difícil. Ela passa a ser a norma que todos seguimos e o ele que nos une”.*

E o segundo, é o que chamamos de Teste da Ética que serve para cada um de nós, como pessoa, pai de família e profissional, e por analogia, para as empresas, pois quando nos deparamos com um problema ou com uma situação confusa, responder a estas perguntas pode nos ajudar a tomar uma decisão acertada:

- 01 **Teste dos Valores**
  - . A ação que proponho está de acordo com os valores da empresa?
  - . Ela é honesta e verdadeira?
- 02 **Teste da Política**
  - . O que estou planejando fazer é consistente com o Código de Ética da empresa?
- 03 **Teste da lei**
  - . A ação que proponho é legal? Ela violará alguma lei ou regulamento?
- 04 **Teste da Imprensa**
  - . Se o que eu fizer sair em um jornal ou na televisão ficarei orgulhoso de minhas ações?
- 05 **Teste dos Outros**
  - . O que pensarão meu gerente, meu supervisor, meus colegas de trabalho e minha família sobre o que estou planejando fazer?
- 06 **Teste do Espelho**
  - . Quais são as consequências da ação planejada?
  - . Como esta ação afetará outras pessoas?
  - . Quais são os custos?
  - . Como me sentirei comigo mesmo se fizer esta ação?

#### Créditos:

(1) Programa REE Brasil: tem como referência o Progetto Q-RES (Qualità della Responsabilità Ético-Sociale d'Impresa) idealizado na Itália em 1999 pelo CELE - Centre for Ethics Law & Economics da Universidade Cattaneo Castellaza (www.liuc.it) e realizado em colaboração com um grupo de empresas, associações profissionais, empresas de consultoria e organizações sem fins lucrativos, firmemente convictos da necessidade e da utilidade da ética empresarial. A responsabilidade pela redação final do Projeto Q-RES é da equipe do CELE, coordenada pelo professor Lorenzo Sacconi, uma das maiores autoridades em Ética nos Negócios em todo o mundo, que autorizou o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios a utilizar e divulgar este excelente material em nosso país. Citado projeto foi devidamente traduzido pelo Tradutor Juramentado, Sr. Flávio Pellegrini, proprietário da Accademia Italiana Pellegrini, na cidade de Campinas-SP e a adaptação final foi realizada pelo Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios. Mais detalhes sobre o Programa REE Brasil, acesse [www.eticanosnegocios.org.br](http://www.eticanosnegocios.org.br).

(2) Artigo: “A empresa limpa e os códigos de conduta” (Antonio Carlos A. Telles e Isabel Franco)

(3) Código de Ética - Maria Cecília Coutinho de Arruda - Negócios Editora

(4) Código de Ética do Grupo JBS-Friboi

## Ética nos Negócios & Valores Corporativos

No Código de Ética da indústria farmacêutica Lilly, é dado destaque a uma frase, escrita pelo neto do fundador da companhia, Sr. Eli Lilly, que define fielmente o que está (ou deveria estar) associado à Ética nos Negócios: os Valores.

*“Os valores são, na verdade, o centro de tudo! Eles nos dizem quem somos, como devemos agir, em que direção nos orientar. Os valores são, em poucas palavras, a essência das pessoas e das instituições”*

O Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios sempre diz que *“o mundo não vive uma crise financeira, não enfrenta uma crise social e muito menos uma crise ambiental, o mundo, vive sim, a pior das crises: a Crise de Valores”*.

E esta afirmação pode ser muito bem ilustrada e confirmada pelo que alardeou o Reitor da Escola de Negócios de Harvard, Dr. Nitin Nohria, em 2011:

*“As pessoas perderam a confiança nos negócios...  
E nossos alunos parecem responsáveis por isto!”*

Nos artigos a seguir, especialistas abordam a relação entre a Ética nos Negócios e os Valores Corporativos, e os motivos que levam as empresas a ter (ou não ter) a Ética como um (verdadeiro) Valor Estratégico.



**CÓDIGO DE ÉTICA**  
CORPORATIVO



**RESULTADOS**

# PESQUISA NACIONAL



Empresas  
Parceiras:



Tractebel Energia  
GDF-SVEZ



**CÓDIGO DE ÉTICA**  
CORPORATIVO

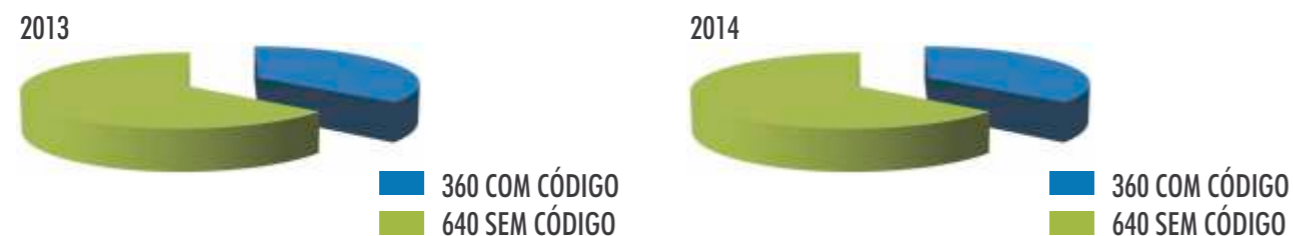
# RESULTADOS GLOBAIS

# 2014



## TOP 1000

### NÚMEROS GLOBAIS



Os resultados de 2013 e 2014 ficaram idênticos, sem nenhuma alteração, ou seja, dentre as 1000 maiores empresas em atuação no país, 36% adotam e divulgam no website corporativo o Código de Ética.

A partir de agora, com o advento da promulgação da Lei Anticorrupção, que fará com que as empresas passem a intensificar as ações envolvendo a área de Ética & Compliance, a tendência é de aumento do número de empresas que se utilizarão dos Códigos de Ética.

Contudo, há de se destacar que apenas quatro, em cada dez empresas analisadas, adotam e divulgam o Código de Ética. Pela importância que este instrumento representa, como ficou claro na introdução deste estudo, o resultado deveria ser bem superior ao aqui apresentado.

### EMPRESAS MULTINACIONAIS



Dentre as empresas transnacionais (ou de controle de capital estrangeiro) foram identificadas 87 empresas que divulgam seus Códigos de Ética apenas no website global, deixando de fazê-lo no website nacional (Conheça a relação destas empresas no final deste estudo).

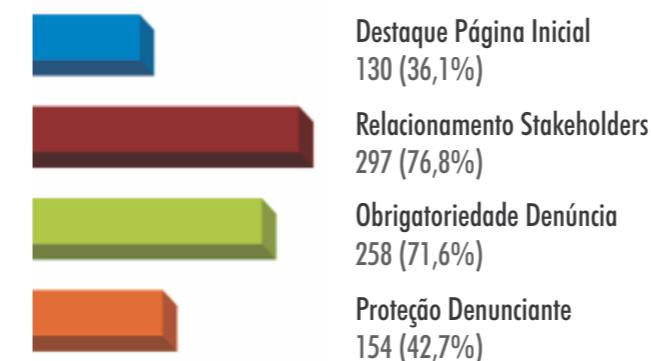
Foi verificado que muitos destes Códigos de Ética são disponibilizados em outros idiomas, além do inglês. Do total pesquisado, 21 deles, ou 23% estão traduzidos para o nosso idioma e, mesmo assim, as subsidiárias em operação no Brasil optam em não divulgá-lo no website nacional.

Accenture, AstraZeneca, BP, BHP Billiton, CCB (Cimpor), Cia. Fluminense de Refrigerante, Comau do Brasil, Eaton, Electrolux, Ericsson, FMC Química, LG, McDonald's, Merck, Noble, Nokia, Panasonic, Solvay Indupa, Teksid, Valeo e Voith Paper.

Fica aqui uma pergunta: por que isto acontece?

## TOP 1000

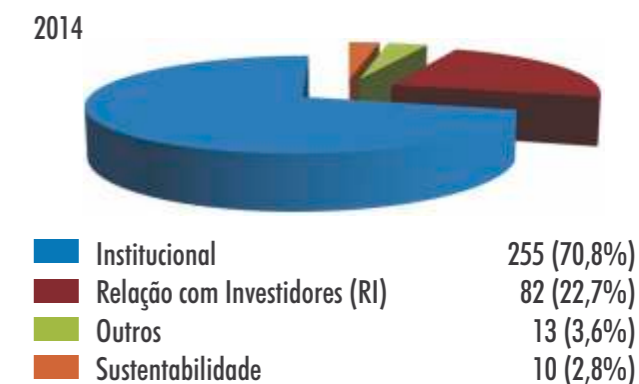
### 360 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA



Praticamente quatro em cada dez empresas destacam o Código de Ética na homepage do website corporativo. Pela importância deste instrumento, o número é bem inexpressivo se comparado com o destaque dado às ações de responsabilidade socioambiental e, mais recentemente, à Sustentabilidade.

Quase 80% dos Códigos de Ética contemplam o relacionamento com diversos *Stakeholders* e a obrigatoriedade de denúncia das desconformidades e desvios de conduta é explicitada em 72% deles. Entretanto, apenas 43% dos Códigos de Ética dizem que a empresa protegerá o denunciante contra qualquer tipo de retaliação. Isto, de certa forma, acaba por amedrontar as pessoas que desejam reportar suas preocupações pessoais e com a empresa.

### LOCALIZAÇÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA



Dentre as empresas analisadas, a grande maioria (71%) optam em divulgar o Código de Ética na área institucional do website corporativo. Este fato é muito importante para dar maior visibilidade e conhecimento aos *Stakeholders* sobre o Código de Ética, haja vista que, geralmente, a área de Relações com Investidores - que apresentou o segundo resultado mais expressivo, com 23% sobre o total analisado, é visitada, geralmente, por acionistas e investidores.

A divulgação na seção “Sustentabilidade” é uma tendência natural e que deverá ganhar força nos próximos anos, se alinhando ao que o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios afirma: “a Ética é base da Atuação Responsável, o passaporte para a Sustentabilidade, a certeza de lucros constantes e a garantia da perenidade nos negócios”.

# RESULTADOS GLOBAIS

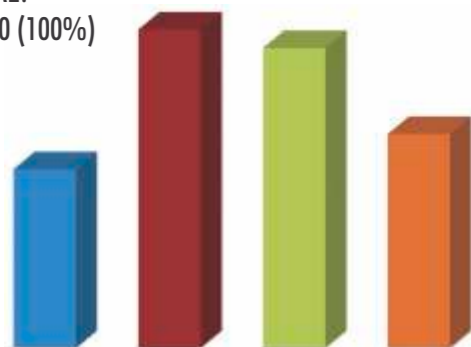
# 2014



## TOP 1000

CÓDIGO DE ÉTICA X RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL X SUSTENTABILIDADE

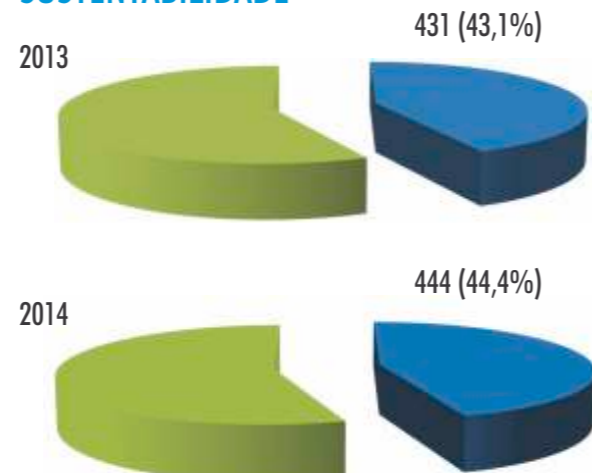
TOTAL:  
1.000 (100%)



■ Código de Ética	360 (36,0%)
■ Responsabilidade Social	641 (64,1%)
■ Responsabilidade Ambiental	604 (60,4%)
■ Sustentabilidade	431 (43,1%)

É muito positivo verificarmos a preocupação das empresas em destacar as ações relacionadas a responsabilidade social e ao meio ambiente. Mais de 60% das empresas pesquisadas tem esta louvável e exemplar postura. Da mesma forma, a Sustentabilidade também está ganhando destaque nos websites corporativos. Quatro em cada dez empresas já incorporaram esta prática. Fica evidente que as empresas em atuação no país ainda tem uma maior preocupação em divulgar suas “ações responsáveis” do que o Código de Ética.

## SUSTENTABILIDADE



Apesar de uma tendência natural, que comprova o amadurecimento das empresas, ficou evidente que as empresas estão dando mais atenção ao tema “Sustentabilidade” do que a Ética. Pelo menos, é isto que os números demonstram: no universo pesquisado, encontramos um resultado de 36% para as empresas que divulgam o Código de Ética contra 44,4% das empresas que já estão falando sobre o tema “Desenvolvimento Sustentável”. Nada mais natural, mas a Ética deveria ser o principal “Valor” empresarial. Notemos também que houve um pequeno aumento das empresas que divulgam algo em torno da “Sustentabilidade”. Em 2013 foram identificadas 431 e este ano 444.

## TOP 1000

## RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

2013



■ Balanco Social: 52
■ Relatório de Sustentabilidade: 168
Total: 220 (22,0%)

2014



■ Balanco Social: 57
■ Relatório de Sustentabilidade: 114
Total: 171 (17,1%)

As empresas vem se valendo do Relatório de Sustentabilidade em detrimento ao Balanço Social para divulgarem suas “ações responsáveis”... Nada mais natural! Todavia, este amadurecimento do mercado, de “prestação de contas” aos *Stakeholders* que, em 2013, identificou um número muito baixo, este ano houve uma significativa redução, ou seja, pouco mais de 15%, dentre as 1000 maiores empresas em atuação no país, exerceram o louvável exercício de prestar contas aos seus públicos de interesse. Um resultado muito aquém do esperado.



**CÓDIGO DE ÉTICA**  
CORPORATIVO



# RESULTADOS GLOBAIS

# 2014



## TOP 1000

### CANAL APROPRIADO PARA RELATAR PREOCUPAÇÕES

2014



TOTAL EMPRESAS: 1000

- Total Código de Ética: 360
- Total canal relatar preocupações: 101

Pela importância deste tema, repetimos aqui o que foi registrado na introdução deste estudo de que, a partir desta 6ª edição, a Pesquisa Código de Ética incluiu um importante quesito de avaliação na metodologia atual deste estudo: a análise daquelas empresas que já possuem em seu website um canal específico e exclusivo para que seus *Stakeholders*, especialmente seus colaboradores, possam relatar suas preocupações pessoas e com a empresa.

Interessante notar que, apesar de identificarmos este tipo de canal em apenas 10% do total de empresas pesquisadas, quando se olha para o número total de empresas que divulgam seu Código de Ética, 30% delas já se deram conta da importância de se abrir espaço para que a empresa receba as preocupações e também as “denúncias” dos seus colaboradores... Porque não?

Cada ano que passa o denunciante, aquele que faz uma denúncia de possíveis desvios de conduta de colegas ou superiores bem como de qualquer

tipo de desconformidade com as palavras e o espírito do Código de Ética da empresa, ganha mais peso no contexto da reputação e da perenidade dos negócios de qualquer empresa. A expressão deixou de trazer algo pejorativo, deixando de rotular o denunciante como um “dedo duro” para trazer no bojo de um “tocador de apito”, “naquele que toca o apito”, o chamado “whistleblower”, um caráter mais nobre, louvável e exemplar com vistas apenas e tão somente a preservar o nome, a imagem, a reputação e o patrimônio da empresa.

Na outra ponta, com o aumento deste tipo de “report”, todos deverão ficar mais atentos a possíveis retaliações contra aqueles que foram motivados pelas empresas, encorajados e protegidos pelos dizeres do Código de Ética a apresentar algum tipo de preocupação ou mesmo denúncia. Não poderá ser permitido que a própria empresa mate o seu “whistleblower”!

Vale destacar que as empresas adotam os mais variados nomes para este canal. Veja só:

- |   |                                    |                                      |
|---|------------------------------------|--------------------------------------|
| Autoridade da Ética                     | Canal de Denúncia                  | Departamento de Práticas de Negócios |
| Canais de Contato com a Auditoria       | Canal de Ética                     | HelpLine                             |
| Canal Aberto                            | Canal de Práticas Danosas          | Linha Direta de Compliance           |
| Canal Alerta                            | Canal Ético                        | Linha Direta de Ética nos Negócios   |
| Canal com a Auditoria                   | Comissão de Ética                  | Linha Ética                          |
| Canal Confidencial                      | Comitê de Ética                    | Ouvidoria *                          |
| Canal de Comunicação de Irregularidades | Compliance HelpDesk                | Reportar Práticas Irregulares        |
| Canal de Conduta Ética                  | Departamento de Ética e Compliance | Speak Up                             |

\* O tipo de ouvidoria aqui identificada são apenas aquelas que são “exclusivas” para receber denúncias. A ouvidoria, digamos assim, mais comumente utilizada pelas empresas para se mais uma canal de comunicação com clientes e consumidores, não foi considerada neste estudo.

## TOTAL GERAL 1000 MAIORES EMPRESAS

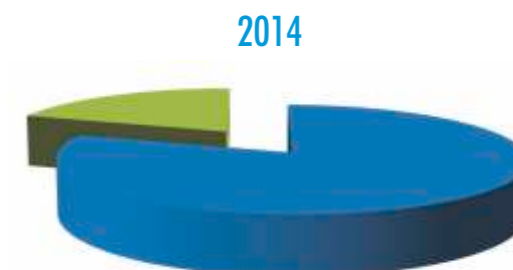
### CONFIRA ABAIXO RESULTADOS IMPORTANTES DESSA PESQUISA

CÓDIGO DE ÉTICA	2014	% Total TOP 1000
Brasil	360	36,0
Matriz	87	8,7
TOTAL	447	44,7

Basicamente, apenas quatro em cada dez empresas entre as TOP 1000 adotam e divulgam o Código de Ética. Pela importância do instrumento e da própria Ética no contexto empresarial e do mercado, o resultado deveria ser muito mais expressivo.

Contudo, se somarmos o resultado da divulgação do Código de Ética por empresas transnacional ou de capital estrangeiro apenas no website global, podemos afirmar que pouco menos de 50% das maiores empresas em atuação no país se valem deste instrumento.

O Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios espera que a edição 2015 da Pesquisa Código de Ética Corporativo possa continuar a contribuir para o aumento do número das empresas que elaboram, adotam, divulgam e fomentam seus Códigos de Ética no website empresarial.



- Código de Ética Brasil: 360
- Código de Ética Matriz: 87
- TOTAL Código de Ética: 447



## Dados da Pesquisa - TOP 1000

Nas páginas a seguir, serão demonstradas as empresas que tornam público o Código de Ética no website nacional, assim como aquelas que não o fazem, seja porque não possuem este instrumento ou porque, possuindo-o, optam por não divulgá-lo aos seus *Stakeholders*, ou ainda, por serem de capital estrangeiro, o divulgam apenas no website global.



## RESULTADOS GLOBAIS

# Atacado

# 2013



## Atacado

### 11 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Batavo  
BR Distribuidora  
Cosan CL  
Fiagril  
Grupo Martins  
Makro  
Petrobahia  
Potencial Petróleo  
Profarma  
Raízen  
Zema Petróleo

### 50 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

3 Tentos  
Agroexport  
Ale Combustíveis  
Aliança Agrícola  
Allied  
Amaggi  
Arcom  
Assai  
Atlântica Coffee  
BCR  
BMC  
Brasif  
Brazil Trading  
Cálamo  
Camda  
CDPC  
Ceagro Los Grobo  
Cisa  
Clarex  
Cocapec  
Cocatrel  
Columbia Trading  
Comigo  
Coopercitrus  
Cooxupé  
Copercampos  
Cotia Trading  
Custódio  
GAM  
Glencore  
Hospfar  
Integrada  
Interagrícola  
Ipiranga Produtos  
Marasca  
Multigrain  
Noble  
Officer  
Panarello  
Petróleo Sabbá  
Savixx  
Sertrading  
Setta  
Tangará Foods  
Tracbel  
Trop  
Unicafé  
Unilider  
Uranio  
Vila Nova





# Autoindústria

## 20 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Baterias Moura  
Comil  
Embraer  
Fiat  
Fras-Le  
Helibrás  
Iochpe - Maxion  
Magneti Marelli  
Mahle  
MAN  
Marcopolo  
Master  
Mercedes-Benz  
Pirelli  
Plascar  
Randon  
Robert Bosch  
Suspensys  
Volkswagen  
Volvo

## 30 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Aethra  
Agrale  
Autometal  
Borrachas Vipal Nordeste  
Caterpillar  
Cummins  
Delphi  
Eaton  
Facchini  
Ford  
GE Transportes Ferroviários  
General Motors  
Goodyear  
Honda Automóveis  
Iveco  
Librelato  
Magneti Marelli Cofap  
Mitsubishi Motors  
Moto Honda  
Peugeot Citroën  
Renault  
Sifco  
Takata-Petri  
Tenneco  
Tower Automotive  
Toyota  
TRW  
Valeo  
Vipal  
ZF

RESULTADOS GLOBAIS

# Autoindústria

# 2014







## Bens de Capital

### 10 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

ABB  
Alstom  
Atlas Schindler  
Kepler Weber  
Metso  
Romi  
Schulz  
Taurus  
Voith Hydro  
Weg Equipamentos

### 10 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Comau do Brasil  
Voith Paper  
Metalfrio  
Jacto  
Usiminas Mecânica  
ThyssenKrupp  
Toshiba  
Jaraguá Equipamentos  
Stara  
Sandvik Mgs

## Bens de Consumo

### 21 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Ambev  
Ambev Bebidas  
Brasal Refrigerantes  
BRF  
Bunge Alimentos  
Cargill  
Coca-Cola Guararapes  
Coca-Cola Ribeirão Preto  
Hypermarcas  
JBS  
Kimberly-Klark  
M. Dias Branco  
Marilan  
Mondelez Brasil  
Natura  
Pepsico  
RJ Refrescos (Grupo Basal)  
Seara  
Souza Cruz  
Spal  
Unilever

### 53 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Ajinomoto  
Arosuco  
Aurora  
Avon  
Better Beef  
Bianchini  
Bombril  
Brasil Kirin  
Cacique  
Cia. Maranhense  
Cia. Fluminense de Refriger.  
Coca-Cola - CBA  
Compar  
Cosmed  
CRA  
Crbs  
CTA - Continental  
Dori Alimentos  
Embaré  
Flora  
Frangos Canção  
Frigorífico Minerva  
Garoto  
Gomes da Costa  
Granol  
Heineken  
Ind. Reunidas Raymundo da Fonte  
Itambé  
J. Macêdo  
Johnson & Johnson  
Laticínios Bela Vista  
Laticínios Jussara  
Londrina Bebidas  
Moinho Anaconda  
Moinho Cearense  
Moinhos Cruzeiro do Sul  
Nestlé  
Norsa  
Orlândia  
P&G  
P&G Industrial  
Pamplona  
Parati  
Pif Paf  
Piraquê  
Quero  
Selmi  
Spaipa Coca-Cola  
Três Corações  
Universal Leaf  
Vilma Alimentos  
Vonpar Refrescos  
Yakult

# RESULTADOS GLOBAIS

# Bens de Capital e Bens de Consumo

# 2014





# RESULTADOS GLOBAIS

## Comunicações, Diversos e Eletroeletrônico



# 2014

## Comunicações

### 03 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Abril  
RBS Participações  
Zero Hora

### 06 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Ática  
Editora Saraiva  
FTD  
Globo  
Infoglobo  
SBT, Osasco

## Diversos

### 01 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Duraflor

### 10 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

CBC Cartuchos  
Codemig  
Conab  
Estaleiro Atlântico Sul  
Faber-Castell  
Móveis Itatiaia  
Nadir Figueiredo  
PBLOG  
STX OSV  
Terracap

## Eletroeletrônico

### 07 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

GE  
Intelbras  
PPE Fios  
Prysmian  
Samsung  
Siemens  
Whirlpool

### 18 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Alcatel-Lucent Brasil S.A  
Arno Panex  
Brastemp  
Electrolux  
Elgin  
Ericsson  
Esmaltec  
Huawei  
Impsa  
Lorenzetti  
Multilaser  
NEC  
Nexans  
Panasonic  
Philco  
Schneider  
Semp Toshiba-AM  
Stemac



## RESULTADOS GLOBAIS

## Energia

2014



## Energia

## 69 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

AES Eletropaulo  
AES Sul  
AES Tietê  
Ampla  
Bahigás  
Bandeirante  
Biosev  
Biosev Bioenergia  
CEEE  
CEG  
CEG Rio  
Celesc  
Celg  
Celpe  
Cemig Distribuição  
Cemig GT  
Cesp  
CGTEE  
Chesf  
Coelba  
Coelce  
Comgás  
Copel  
Copel GT  
Copergás  
Copersucar  
Copersucar-Cooperativa  
Cosern  
CPFL Brasil  
CPFL Geração  
CPFL Paulista  
CPFL Piratininga  
CTEEP  
Duke Energy  
Elektro  
Eletrobras  
Eletrobras Alagoas  
Eletrobras Amazonas  
Eletrobras Amazonas  
Eletrobras Rondônia  
Eletronorte  
Eletronuclear  
Eletrosul  
Eletrosul Furnas  
Endesa Cachoeira  
Endesa Fortaleza  
Energisa Minas Gerais  
Energisa Paraíba  
Energisa Sergipe  
Enerpeixe  
EnertradeEDP Comercializadora  
Escelsa  
Gasmig  
Gás Natural São Paulo Sul  
Itaipu Binacional  
Lajeado Energia  
Light Energia  
Light Sesa  
Liquigás  
Nc Energia  
PCEL  
Petrobras  
Petrobras Biocombustível  
Raízen Tarumã  
Raízen Tarumã  
Termope  
Tractebel Energia  
Usina da Pedra  
Usina Iracema

## 56 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Açucareira Quatá  
Açucareira Virgolino de Oliveira  
Açucareira Zillo Lorenzetti  
Alta Mogiana  
Alto Alegre  
Barra Grande  
BP  
Brasilgás  
Brenco  
BS Bios  
Capitale Energia  
CEB Distribuição  
Ceee-Gt  
Celpa  
Celtins  
Cemat  
Chapécó  
Clealco  
Comerc  
Copagaz  
Destilaria Andrade  
Enercan  
Enersul  
Epasa  
Epasa  
Estação Transmissão de Energia  
Galp Energia  
IE Madeira  
Queiroz Galvão Óleo e Gás  
Renuka  
Repsol  
São José  
SCGás  
Statoil  
Sulgás  
Supergasbras  
Taesa  
Termomacaé  
Tonon  
Tradener  
Ultragaz  
Usaçucar  
Usina Batatais  
Usina Bazan  
Usina Bela Vista  
Usina Colombo  
Usina Coruripe  
Usina Guarani  
Usina Santa Adélia S.A.  
Usina Santa Cruz  
Usina Santa Isabel  
Usina São João  
UTE Norte Fluminense  
Vale Energia  
Vale Maganês  
Virgolino de Oliveira



# Indústria Digital

## 07 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

- Cobra
- Dataprev
- Itautec
- Oracle
- Scopus
- Tec Ban
- Totvs

## 18 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

- BRQ IT Services
- Cisco
- CPM Braxis
- Diebold - MA
- Diebold - SP
- HP
- IBM
- Indra Brasil
- Isban
- LG-SP
- Positivo
- Prodesp
- SAP
- Stefanini
- Technicolor
- Terra
- UOL
- UOLDIVEO

# Mineração

## 07 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

- Magnesita
- Mineração Usiminas
- Samarco
- Sandvik Mining
- Vale
- Votorantin Metais Níquel
- Votorantin Metais Zinco

## 14 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

- Alunorte
- Anglo Gold Ashanti
- BHP Billiton
- CBMM
- Hispanobras
- Jacobina Mineração e Comércio
- Kinross Paracatu
- Mineiracão Maracá
- Mineração Caraíba
- Mineração Paragominas
- MMX Sudeste
- MRN
- Namisa
- Sama

# Papel e Celulose

## 07 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

- Celulose Irani
- Cemar
- Cenibra
- Fibria
- Klabin
- Suzano
- Veracel

## 06 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

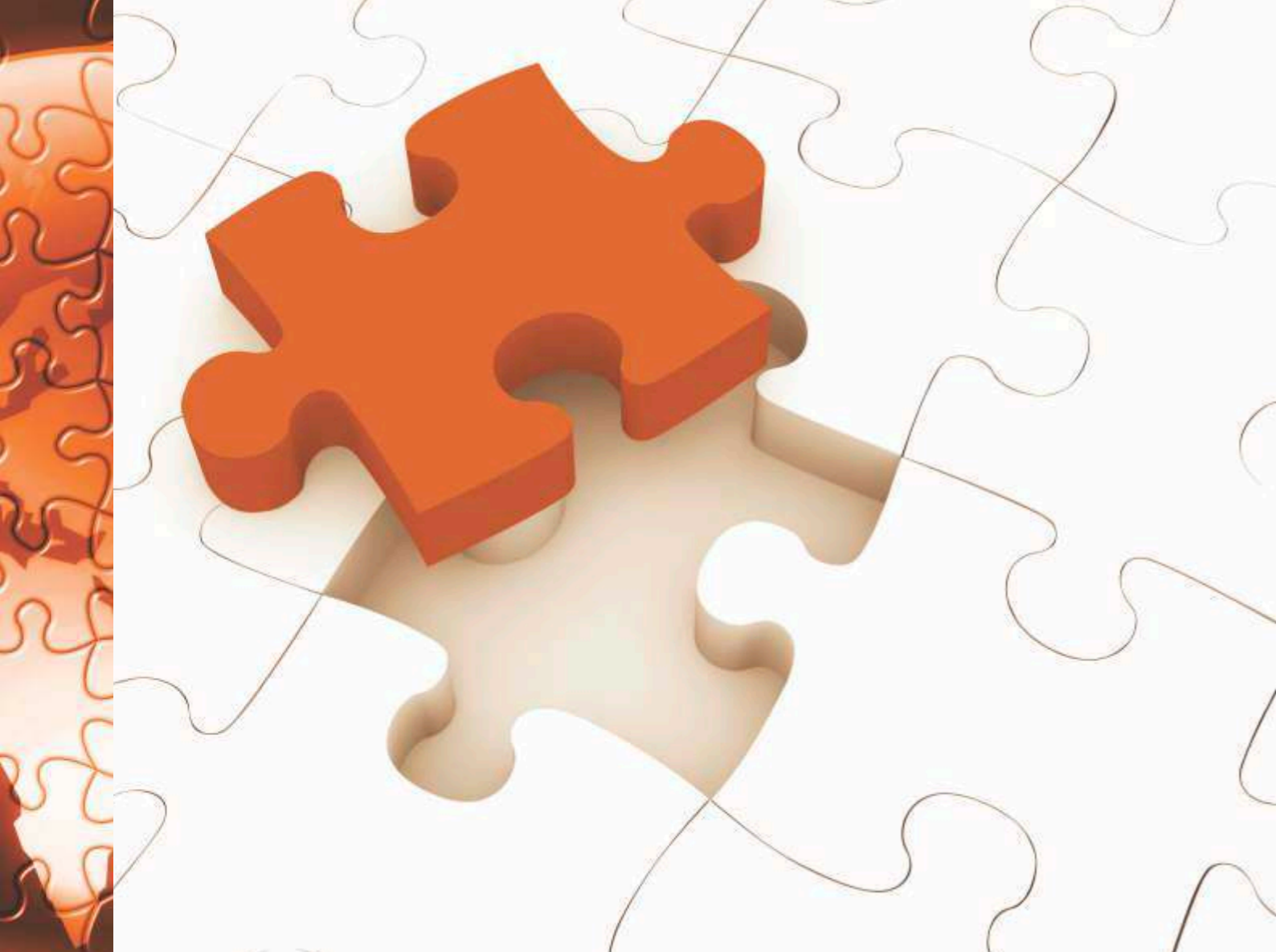
- Adami
- Grupo Orsa
- Jandaia
- Mili
- Santher
- Tesa

# RESULTADOS GLOBAIS

## Indústria Digital, Mineração e Papel e Celulose



# 2014



# RESULTADOS GLOBAIS

## Farmacêutico e Indústria da Construção

# 2014



## Farmacêutico

### 05 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

- Aché
- B.Braun
- Medley
- Novartis
- Sanofi-Aventis

### 11 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

- AstraZaneca
- Brainfarma
- EMS Sigma Pharma
- Eurofarma
- Lafepe
- Merck
- Pfizer
- Prati
- Roche
- Tortuga
- União Farmacêutica

## Indústria da Construção

### 30 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

- Arauco
- ARG
- Camargo Correa
- Ciminas
- CNEC Worleyparsons
- Concremat
- Constran
- Construtora OAS
- Duratex
- Ecovix
- ECTX
- Engevix
- Eternit
- Eucatex
- Gafisa
- Iesa Óleo & Gás
- Lafarge
- Mendes Júnior
- Milplan Engenharia
- Montcalm
- MRV
- Niplan Engenharia
- Portobello
- Produman
- Rip Serviços
- Skanska Brasil
- Toniolo, Busnello
- UTC
- Votorantin Cimentos N/NE
- WTorre Engenharia

### 44 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

- Acciona
- Alusa
- Amanco
- Andrade Gutierrez
- Arcadis Logos
- Berneck
- Carioca
- CCB (Cimpor)
- Cecrisa
- Cesbe
- Cimento Itambé
- CNO
- Construcap
- Construtora Aterpa
- Construtora Barbosa Mello
- Construtora Triunfo
- Construtora Odebrechet
- CR Almeida Obras
- Delta Construções
- EBE
- Egesa
- Eliane
- Fidens
- Galvão
- Integral Engenharia
- InterCement
- Irmãos Passáura
- Leão Engenharia
- Mascarenhas Barbosa
- Masisa
- MPE
- OAS
- Odebrecht Serv. Partic.
- Paranasa
- Promon Engenharia
- Queiroz Galvão
- Saint-Gobain
- Saint-Gobain Vidros
- Serveng-Civilsan
- Supermix
- Techint
- Tigre
- U&M
- Via Engenharia

# DURATEX

## Uma História de Ética nos Negócios

Ética e transparência fazem parte da história da Duratex desde sua fundação, há 63 anos. Foram esses princípios que nortearam o caminho da Companhia para assegurar qualidade, produtividade e perenidade em seus negócios, e tornar-se a maior produtora de painéis de madeira industrializada, pisos, louças e metais sanitários do Hemisfério Sul, e líder no mercado brasileiro com as marcas Durafloor, Duratex, Deca e Hydra. Também foi por meio de um compromisso concreto com os princípios éticos que a Duratex tornou-se uma empresa sólida e conquistou posição de destaque em boas práticas de governança corporativa.

Ao assumir a presidência da Duratex, em abril de 2013, abracei o desafio de dar continuidade a essa história e, nos próximos sete anos, trabalhar para a construção de uma empresa que possa orgulhar ainda mais seus acionistas e colaboradores. Queremos crescer, sem abrir mão da rentabilidade, e sempre reforçando o compromisso com os valores que norteiam nossa cultura organizacional, expressos em nossas Missão, Visão e Valores, no Programa Somos Assim, e em nosso Código de Ética.

A atuação da Duratex é pautada pelos valores: Integridade, Comprometimento, Valorização Humana, Superação de Resultados, Melhoria Contínua, Inovação e Sustentabilidade, além de princípios que sustentam uma cultura organizacional dirigida à Ética, tais como legalidade, respeito ao ser humano, repúdio a qualquer forma de discriminação, estímulo ao desenvolvimento pessoal e profissional e responsabilidade social, ambiental e cultural.

Um dos exemplos da aplicação às nossas práticas foi o desenvolvimento, em 2011, do Projeto Gestão de Fornecedores Duratex (GFD), criado



para definir processos estruturados na relação com nossos fornecedores, baseado em critérios socioambientais, econômicos, além da qualidade e nível de serviço.

Em 2013, priorizamos ações que visam à perenidade dos negócios. Assim surgiu a Plataforma 2016, programa que objetiva contribuir para a nossa longevidade, e fonte geradora de um intenso processo educativo interno para que a sustentabilidade se torne parte inseparável de nossos negócios, e que foi construída num amplo diálogo com especialistas, colaboradores e gestores.

Com esse planejamento estratégico, teremos a oportunidade de nos fortalecer, colocando a sustentabilidade e a transparência nos relatos em todas as áreas da empresa, de forma transversal. A Plataforma 2016 é mais uma demonstração do compromisso da Companhia com a Ética e a responsabilidade em nossos negócios.

Iniciamos 2014 com a certeza de que a Duratex está pronta para seguir adiante em seu objetivo de se tornar um competidor cada vez mais global e relevante. Nossas diretrizes são o fortalecimento do diálogo com nossos públicos de interesse e o desenvolvimento de produtos inovadores, que contribuam para aumentar a qualidade de vida de nossos clientes e da sociedade. Estamos construindo o futuro com o sonho de um mundo melhor para todos nós.

Antonio Joaquim de Oliveira  
Presidente da Duratex



# DURATEX

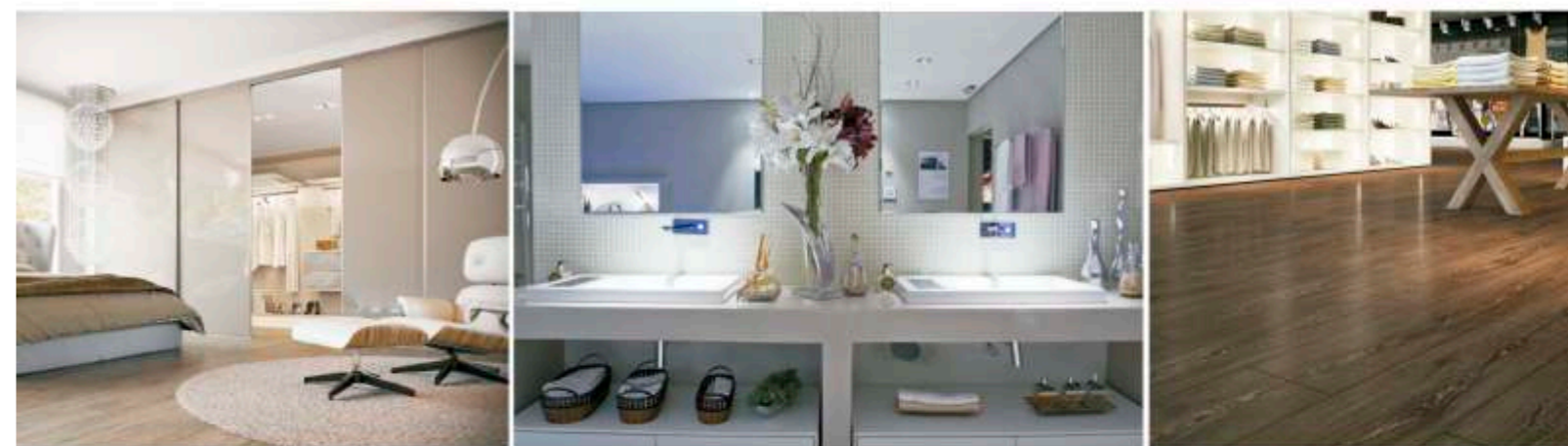
Compromisso com a  
excelência, construção de  
valor e um mundo melhor

Somos a maior produtora de painéis de madeira industrializada, louças e metais sanitários do Hemisfério Sul e líder no mercado brasileiro com as marcas Durafloor, Duratex, Deca e Hydra.

Temos compromisso com o crescimento, a inovação, sustentabilidade e a construção de marcas reconhecidas e duradouras, assim como nossos produtos, que contribuem para a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Investimos em transparência e governança, com o objetivo de criar valor e uma reputação cada vez mais diferenciada em 63 anos de atuação no mercado de capitais.

Saiba mais em [www.duratex.com.br](http://www.duratex.com.br)



duratex

durafloor

deca

hydra



# Produção Agropecuária

## 08 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

ADM  
 Agropecuária Maggi  
 Castrolanda  
 Copacol  
 LDC Agroindustrial  
 Louis Dreyfus Commodities  
 Marfrig  
 SLC Agrícola

## 40 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Agrogen	Cosuel
Algar Agro	Cotriel
Asa Alimentos	Cotripal
Belagrícola	Cotrisal
Bom Jesus	Frigol
C. Vale	Frimesa
Camil	Frisa
Capal	Grupo Colombo
Caramuru	Holambra
Coamo	Josapar
Coasul	Languiru
Cooparaíso	Lar
Coopavel	Minasul
Cooperalfa	Nutriza
Cooperativa Agrária	Nutron Alimentos
Copagril	Oleoplan
Copasul	Rodopa Alimentos
Copérdia	Superfrango
Coplacana	

# Química e Petroquímica

## 27 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

3M  
 Adubos Sudoeste  
 Akzo Nobel  
 Braskem  
 Braskem Petroquímica  
 Braskem Qpar  
 Bunge Fertilizantes  
 Deten Química  
 Dow  
 Dow Agro  
 Dow Brasil Sudeste  
 Elekeiroz S.A.  
 Evonik Degussa  
 FCC  
 Fostertil  
 Galvani  
 Heringer  
 Incoplast-Sc  
 Innova  
 Mosaic  
 Nitro Química  
 Providência  
 QuantiQ  
 Rhodia  
 Syngenta  
 White Martins  
 Yara

## 38 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Basf  
 Bayer  
 Bic-Am  
 Brenntag  
 Carbocloro  
 CBE  
 Clariant  
 Cromex  
 DuPont  
 EDN  
 Engepack  
 Fertigran  
 Fertipar  
 Fertipar Mato Grosso  
 Fertipar Sudeste  
 FMC Química  
 Goiasfertil  
 Iharabras  
 Lanxess  
 Lanxess Indústria  
 M&G Polimeros  
 Milenia  
 Millennium Inorganic Chemicals  
 Nortox  
 Nufarm  
 Odebrecht Oil e Gás  
 Oxiteno - NE

Petrocoque  
 Petronas Lubrificantes  
 Piratini  
 Proquigel  
 Química Anastácio  
 Rio Polímeros  
 SI Group  
 Solvay Indupa  
 Tecsis  
 Unifertil  
 Zaraplast

## RESULTADOS GLOBAIS

# Produção Agropecuária e Química e Petroquímica

# 2014



# Serviços

## 47 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

ACSC (Santa Catarina)  
Amico Saúde  
AutoBan  
Autopista Fernão Dias  
Autopista Litoral Sul  
Autopista Regis Bittencourt  
BM&F Bovespa  
Boa Vista Serviços  
Cagece  
Cedae  
Central Nacional Unimed  
Cesan  
Cetip  
Cielo  
Concessionária Ecovias dos Imigrantes S.A  
Concessionária Rota das Bandeiras  
Contax  
Copasa MG  
CSU  
Dasa  
E.C.T  
Embasa  
Fleury Medicina e Saúde  
GR  
Hospital Albert Einstein  
Infraero  
Intermedica  
Mediservice  
Multiplus  
Nova Sulamed  
NovaDutra  
O Boticário  
Odontoprev  
Qualicorp  
Rede D'Or São Luiz  
Redecard  
Rodonorte  
Sabesp  
Sanasa Campinas  
Serasa Experian  
SPVias  
T4F - Time For Fun  
Tejofran  
Unimed Grande Florianópolis  
Unimed Paulistana  
Universidade Estácio de Sá  
Valid

## 92 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Accenture  
Accor Hospitality  
AEC Contact Center  
Aesc Associação Educad.  
São Carlos  
Alelo  
Algar Tecnologia  
Amil  
Andritz Hydro Inepar  
Apc  
Arena Pernambuco  
Assim Saúde  
Assistencial Bandeirantes  
Atento  
Ativi  
Baía de Sepetiba  
Caern  
Cart  
Casan  
Cavo  
Cejam  
CET  
Cetesb  
Codesp  
Codevasf  
Colinas  
Comlurg  
Compesa  
Concess. Spmar Rodoanel Sul  
e Leste  
Concessionária Porto Novo  
Corsan  
CTrens  
CVC  
Ecourbis  
Esho  
Europ Assistance  
FGV  
Fidelity  
Fináustria  
Fonte Nova  
Fundação Saúde Itaú  
GetNet  
Golden Cross  
Green Line  
HCPA  
Hermes Pardini  
Hope Recursos Humanos  
Hospital A. C. Camargo  
Hospital Beneficência Port.  
Hospital N.S. da Conceição  
Hospital Santa Marcelina  
Hospital São Rafael  
Locamérica  
Mackenzie  
MGS  
Mills  
Minas Arena  
Multiplan  
Nova Rio  
Oil-Call Center  
Omint Saúde  
Prevent Senior  
Puc Minas  
Puc Rio  
PUC-SP  
Rede Sarah  
Saneago  
Sanepar  
Santa Casa de São Paulo  
Sapora  
Sem Parar / Via Fácil  
Simpres  
Sodexo  
SPDM  
Teleperformance CRM  
Ticket  
Tivit  
Total Fleet  
Triângulo do Sol  
Ubea  
Unimed SJRP  
Unimed Belém  
Unimed BH  
Unimed Cuiabá  
Unimed do Estado de SP  
Unimed Fortaleza  
Unimed Goiânia  
Unimed Nordeste RS  
Unimed Porto Alegre  
Unimed Rio  
Unimed Vitória  
Via Oeste  
Viabahia

## RESULTADOS GLOBAIS

# Serviços

# 2014







# RESULTADOS GLOBAIS

## Siderurgia e Metalurgia e Telecomunicações



## Siderurgia e Metalurgia

### 21 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Albras  
Alcoa  
Amsted Maxion  
ArcelorMittal Brasil  
ArcelorMittal Tubarão  
CSN  
Ferbasa  
Gerdau  
Gerdau Aços Especiais  
Gerdau Aços longos  
Gerdau Aços longos  
Novelis  
Paranapanema  
Soluções Usiminas  
TenarisConfab  
Termomecânica  
Tupy  
Usiminas  
Vale Maganês  
Votorantim Cimentos  
Votorantim Siderurgia

### 16 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Açotubo  
Aperam  
BBA  
Crown  
ESAB  
Mangels Ind  
Medabil  
Rima  
Saint-Gobain Canalização  
Sinobras  
Teksid  
Tramontina Cutelaria  
Tuper  
V&M  
Villares Metals  
WHB Fundação

## Telecomunicações

### 12 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Brasil Telecom  
Embratel  
Embratel TVSAT Telecom  
Net  
Net Rio  
Net São Paulo  
Oi -TNL - PCS  
Oi -TNL - PCS  
Telefonica  
Telemar (Empresa Oi)  
TIM  
Vivo

### 15 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

A. Telecom  
Americel  
Ativi  
Claro  
Ctbc Telecom  
GVT  
Intelig Telecom - Rio de Janeiro  
Nextel  
Nokia  
Primesys  
RM Telecom - Fortaleza, CE  
Star One  
T Data  
Tel  
Telemont



## RESULTADOS GLOBAIS

# Têxteis e Transportes



# 2014

## Têxteis

### 06 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Alpargatas  
Arezzo  
Dass Nordeste  
Grendene  
Hering  
Santo Antônio

### 11 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Tavex  
Vulcabras / Azaleia-CE  
Vulcabras / Azaleia-CE  
Cremer  
Lupo  
De Millus  
Santanense  
Beira Rio  
Vicunha  
Coteminas  
Guararapes

## Transportes

### 16 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

ALL Malha Norte  
ALL Malha Paulista  
ALL Malha Sul  
Della Volpe  
Expresso Nepomuceno  
Gol  
JSL  
Localiza  
Log-In  
Martin-Brower  
MRS  
Ouro Verde  
TAM  
Tecondi  
Transpetro  
Unidas Rent a Car

### 29 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

ABSA Cargo Airlines  
Aliança  
Atlas Transportes  
Braspress  
Breda Transportes  
Ceva  
Coopercarga  
CPTM  
CS Brasil  
FCA  
Líder Aviação  
Locar  
Metrô  
Metrô Rio  
Petrovia  
Prosegur  
Protege  
Rapidão Cometa  
Rumo Logística  
Sada  
Santos Brasil  
Super Via  
TAG  
TBG  
Tegma  
Tnt Mercúrio  
Transauto  
Vix  
Vli Multimodal

# Varejo

## 23 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Agro Amazônia  
Apaba  
B2W  
Carrefour  
Cencosud  
Dicico  
Inbrands  
Itaipu  
Livraria Saraiva  
Lojas Americanas  
Lojas Riachuelo  
Magazine Luiza  
Marisa  
Pague Menos  
Pão de Açúcar  
Ponto Frio  
Ponto Frio  
RaiaDrogasil  
Renner  
Sendas  
Sotreq  
Walmart  
WEG Drives & Caminhões

## 67 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Angeloni  
Atacadão  
Auto Sueco São Paulo  
Balaroti  
Brasoftware  
Carbel  
Casa & Vídeo RJ  
Casas Bahia  
Casas Pernambucanas  
Cesta do Povo  
Comercial Carvalho  
Coop  
DB  
Disbrave  
DMA  
Dpaschoal  
Drogaria Catarinense  
Drogaria Rosário  
Drogaria Santana  
Drogarias Pacheco  
Eurobike  
Eurovia Veículos  
Florença  
Fujioka  
Giassi Supermercados  
Hermes  
Hortifruti  
Insinuante  
Jorlan  
JPAR - Distrib. De Veículos  
Kuruma  
Le Lis Blanc  
Leader  
Leo Madeiras  
Leroy Merlin  
Lojas Cem  
Lojas Colombo  
Lojas Koerich  
Lojas Yamada  
Mais Econômica Farmácias  
Manaus Transmissora  
Maqnelson Agricola  
McDonald's  
Moveis Gazin  
Newland - Fortaleza  
NS2.COM Internet  
Original Veículos  
Panvel Farmacias  
PESA  
Recreio B.H  
Recreio Veículos  
Rissul / Macromix  
Rodobens Caminhões - SP  
Saga  
Servopa  
Sinostar  
Sonda  
Suécia Veículos  
Supermercados Cidade Canção  
Supermercados Condor  
Supermercados Joannin  
V&M Mineração  
ViaSul  
Vitória Diesel  
Vivara Etna  
Zaffari & Bourbon  
Zona Sul





# Bancos

## 25 BANCOS COM CÓDIGO DE ÉTICA

ABC Brasil  
Banco da Amazônia  
Banco do Brasil  
Banco Pine  
Banco Votorantim  
Banestes  
Banrisul  
BicBanco  
BMG  
BNB  
Bradesco  
BRB  
BTG Pactual  
Caixa  
Carrefour  
CNH  
Daycoval  
Fibra  
HSBS Bank  
Itaú Unibanco  
Mercantil do Brasil  
PanAmericano  
Paraná Banco  
Santander  
Sofisa

## 25 BANCOS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Alfa  
Banco Mercedes-Benz  
Barclays  
BCV  
BGN  
BNP Paribas  
CAT  
Citi  
Citi N.A.  
Credicard Citi  
Crédit Agricole  
Deutsche Bank  
DLL Brasil  
GMAC  
Goldman Sachs  
JP Morgan  
Merrill Lynch  
Morgan Stanley  
Original  
Rabobank  
Safr  
Société Générale Brasil  
Sumitomo Mitsui  
Tokyo-Mitsubishi  
Volkswagen





# RESULTADOS GLOBAIS

# Multinacionais

# 2014



## ESTRANGEIRAS

Esta é a relação de empresas transnacionais (ou de controle de capital estrangeiro) que apenas disponibilizam seus Códigos de Ética no website global.

### Atacado

01 EMPRESA  
Noble

### Autoindústria

18 EMPRESAS  
Autometal  
Caterpillar  
Cummins  
Delphi  
Eaton  
Ford  
General Motors  
Goodyear  
Honda Automóveis  
Magneti Marelli Cofap  
Moto Honda  
Peugeot Citroën  
Renault  
Tenneco  
Tower Automotive  
Toyota  
TRW  
Valeo

### Bancos

11 BANCOS  
Banco Mercedes-Benz  
Banco Volkswagen  
Barclays  
BNP Paribas  
Citi  
Tokyo-Mitsui  
Deustsche Bank  
GMAC  
JP Morgan  
Merrill Lynch  
Rabobank

### Bens de Consumo

08 EMPRESAS  
Ajinomoto  
Avon  
Cia. Fluminense de Refrigerantes  
Garoto  
Heineken  
Nestlé  
P&G  
Universal Leaf

### Bens de Capital

03 EMPRESAS  
Comau do Brasil  
Voith Paper  
Toshiba

### Diversos

01 EMPRESA  
STX OSV

## Eletroeletrônico

### 06 EMPRESAS

Alcatel-Lucent  
Electrolux  
Ericsson  
Nexans  
Panasonic  
Schneider

## Energia

### 04 EMPRESAS

BP  
Repsol  
Statoil  
UTE Norte Fluminense

## Farmacêutico

### 03 EMPRESAS

AstraZeneca  
Merck  
Roche

## Indústria da Construção

### 03 EMPRESAS

Acciona  
CCB (Cimpor)  
Saint-Gobain

## Indústria Digital

### 07 EMPRESAS

Cisco  
COM Braxis  
Diebold  
HP  
IBM  
LG  
SAP

## Mineração

### 04 EMPRESAS

Alunorte  
Anglo Gold Ashanti  
BHP Billiton  
Kinross Paracatu

## Papel e Celulose

### 02 EMPRESAS

Grupo Orsa  
Stora Enso Arapoti

## Produção Agropecuária

### 01 EMPRESA

Nutron Alimentos

## Química e Petroquímica

### 09 EMPRESAS

Bayer  
Brenntag  
Carbochloro  
Clariant  
Dupont  
FMC Química  
Lanxess  
Milenia  
Solvay Indupa

## Serviços

### 02 EMPRESAS

Accenture  
Sodexo

## Siderurgia e Metalurgia

### 05 EMPRESAS

Aperam  
BBA  
Teksid  
V&M  
Villares Metals

## Telecomunicações

### 06 EMPRESAS

Americel  
Claro  
GVT  
Nextel  
Nokia  
Primesys

## Transportes

### 02 EMPRESA

Prosegur  
Rápido Cometa

## Varejo

### 02 EMPRESA

Atacadão  
Mc Donald's

**TOP 100**

# PESQUISA AGRONEGÓCIO

Empresas  
Parceiras:



Tractebel Energia  
GDF-SVEZ



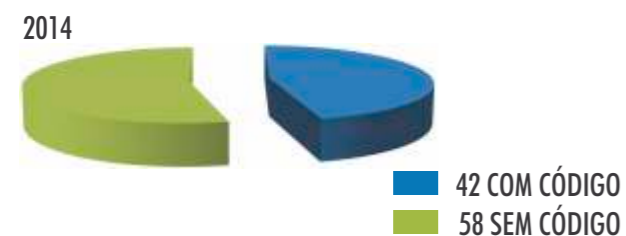
**CÓDIGO DE ÉTICA**  
CORPORATIVO



## TOP 100 AGRONEGÓCIO

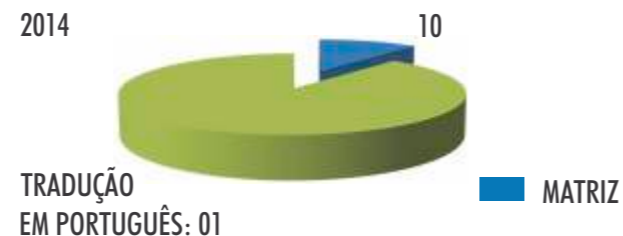
Em 2013, com o advento da comemoração do 10º aniversário de fundação do Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios e do lançamento da iniciativa batizada de AgroÉtica - Encontro Nacional de Ética no Agronegócio, a Pesquisa Código de Ética Corporativo passou a apresentar os resultados das TOP 100 do agronegócio nacional. O objetivo desta inclusão é semear a atuação responsável neste importante segmento econômico do país. Confira a seguir!

### NÚMEROS GLOBAIS



Das 100 maiores empresas do agronegócio em atuação no país, 42 delas adotam e divulgam no website corporativo o Código de Ética. Um resultado bem interessante e promissor, pois, este time de empresas irá motivar outras do seu segmento a seguir seus passos.

### EMPRESAS MULTINACIONAIS

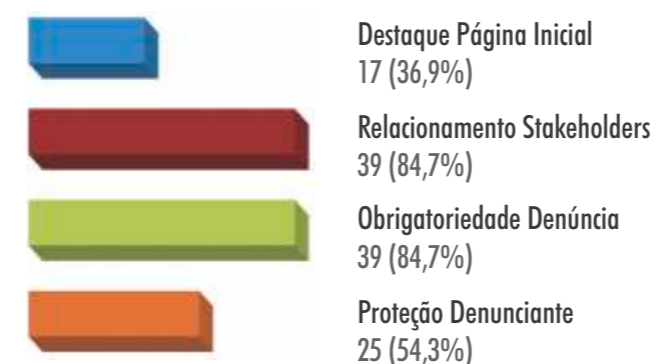


Dentre as empresas pesquisadas, 10 delas, por serem transnacionais ou com controle de capital estrangeiro, somente divulgam seus Códigos de Ética no website global, deixando de fazê-lo no Brasil (Conheça a relação destas empresas no final deste estudo).

Destas empresas, um Código de Ética está traduzido para o idioma português. Trata-se da Noble.

## TOP 100 AGRONEGÓCIO

### 41 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA



Basicamente, quatro em cada dez empresas destacam o Código de Ética na homepage do website corporativo. O resultado é igual ao encontrado entre as 1000 maiores empresas no país. Vale destacar novamente que, pela importância deste instrumento, o número é bem inexpressivo se comparado com o destaque dado às ações de responsabilidade socioambiental e, mais recentemente, à Sustentabilidade.

Mais de 80% dos Códigos de Ética contemplam o relacionamento com diversos *Stakeholders* e também explicitam a obrigatoriedade de denúncia das desconformidades e desvios de conduta aos canais competentes na empresa. Já a proteção ao denunciante contra qualquer tipo de retaliação é explicitada em mais da metade dos Códigos de Ética pesquisados. Isto, de certa forma, acaba por amedrontar as pessoas que desejam reportar suas preocupações pessoais e com a empresa.

### LOCALIZAÇÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA



Quase 80% das empresas analisadas optam em divulgar o Código de Ética na área institucional do website corporativo. Como já dissemos neste estudo, isto é bastante significativo porque, geralmente, a área de Relações com Investidores é visitada apenas por acionistas e investidores.



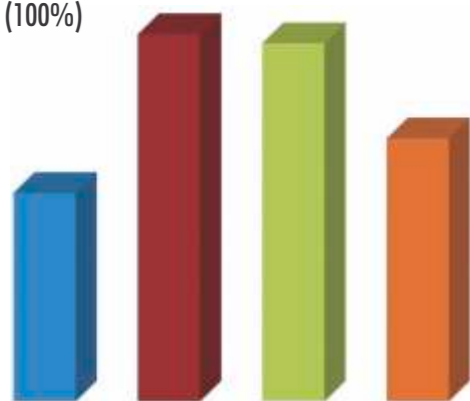
# RESULTADOS

# 2014

## TOP 100 AGRONEGÓCIO

**CÓDIGO DE ÉTICA X RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL X SUSTENTABILIDADE**

TOTAL:  
100 (100%)



■ Código de Ética	46 (46,0%)
■ Responsabilidade Social	81 (81,0%)
■ Responsabilidade Ambiental	79 (79,0%)
■ Sustentabilidade	58 (58,0%)

Da mesma forma, as empresas do agronegócio ainda estão mais preocupadas em divulgar suas ações socioambientais do que adotar um Código de Ética.

### SUSTENTABILIDADE



Não deixa de ser positivo 80% das empresas do agronegócio nacional se preocuparem em destacar ações relacionadas à responsabilidade social e ao meio ambiente, e agora, mais recentemente, à Sustentabilidade (seis em cada dez empresas pesquisadas).

Todavia, fica evidente que este segmento também tem uma maior preocupação em divulgar suas “ações responsáveis” do que o Código de Ética. Ainda vai chegar o tempo em que a Ética será o principal “valor” empresarial.

### RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

2013



2014



Apenas 34% das empresas analisadas prestam contas formalmente de suas “ações responsáveis” por meio do Balanço Social e do Relatório de Sustentabilidade. Neste caso, também um resultado muito aquém do esperado.



## TOTAL GERAL 100 MAIORES EMPRESAS

### CANAL APROPRIADO PARA RELATAR PREOCUPAÇÕES

2014



TOTAL EMPRESAS: 100

■ Total Código de Ética: 46
■ Total canal relatar preocupações: 14

Como relatado nos resultados da TOP 1000, a partir da edição 2013, a Pesquisa Código de Ética Corporativo incluiu um importante quesito de avaliação em sua metodologia. A análise daquelas empresas que já possuem em seu website um canal específico e exclusivo para que seus *Stakeholders*, especialmente seus colaboradores, possam relatar suas preocupações pessoais e com a empresa. O resultado das TOP 100 do agronegócio nacional acompanhou o mesmo percentual das mil maiores empresas em atuação no país, ou seja, 30% das empresas que divulgam o Código de Ética possuem um canal específico para que seus colaboradores reportem preocupações pessoais e denúncias.

### CONFIRA ABAIXO RESULTADOS IMPORTANTES DESSA PESQUISA

CÓDIGO DE ÉTICA	2014	% Total TOP 100
Brasil	42	42,0
Matriz	10	10,0
TOTAL	52	52,0



■ Código de Ética Brasil: 42 ■ Código de Ética Matriz: 10 TOTAL Código de Ética: 52

O resultado geral das TOP 100 do agronegócio do Brasil acompanhou o das TOP 1000 em atuação no país, ou seja, apenas quatro a cada dez empresas adotam e divulgam o Código de Ética. Pela importância do instrumento e da própria Ética no contexto empresarial e do mercado, o resultado poderia ser muito mais expressivo. Acrescentando a este resultado os Códigos de Ética que são divulgados apenas no website global das empresas transnacionais ou de capital estrangeiro, chega-se a quase 60% do total pesquisa.

## Dados da Pesquisa - TOP 100 AGRO

Nas páginas a seguir, serão demonstradas as empresas que tornam público o Código de Ética no website nacional, assim como aquelas que não o fazem, seja porque não possuem este instrumento ou porque, possuindo-o, optam por não divulgá-lo aos seus *Stakeholders*, ou ainda, por serem de capital estrangeiro, o divulgam apenas no website global.



## RESULTADOS GLOBAIS

# Agronegócio

# 2014

## TOP 100 do Agronegócio

### 42 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

ADM  
 Algar Agro  
 Alto Alegre  
 Basf  
 Batavo  
 Biosev  
 Biosev Bioenergia  
 BRF  
 Bunge Alimentos  
 Bunge Fertilizantes  
 Cargill  
 Cooperativa Agrária  
 Coopercitrus  
 Copersucar  
 Copersucar-Cooperativa  
 Dow Agro  
 Duratex  
 Fertipar  
 Fiagril  
 Fibria  
 Fosfertl  
 Heringer  
 Jacto  
 JBS  
 Klabin  
 Louis Dreyfus Commodities  
 M. Dias Branco  
 Marfrig  
 Mondelez Brasil  
 Mosaic  
 Pepsico  
 Raízen Energia  
 Raízen Tarumã  
 Seara  
 Souza Cruz  
 Suzano  
 Syngenta  
 Unilever  
 Usina Iracema  
 Veracel  
 Vicunha  
 Yara

### 58 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Ajinomoto  
 Amaggi  
 Aurora  
 Bayer  
 Belagícola  
 Bianchini  
 C. Vale  
 Camil  
 Caramuru  
 Castrolanda  
 Caterpillar  
 Cenibra  
 Clealco  
 CNH/case New Holland  
 Coamo  
 Cocamar  
 Comigo  
 Conab  
 Coopavel  
 Cooperalfa  
 Cooxupé  
 Copacol  
 Cotrijal  
 DuPont  
 FMC Química  
 Frangos Canção  
 Frigorífico Minerva  
 Frimesa  
 Garoto  
 Goiasfertil  
 Granol  
 Grupo Orsa  
 Iharabras  
 Integrada  
 Interagrícola  
 Itambé  
 J. Macêdo  
 Josapar  
 Lar  
 Laticínios Bela Vista  
 LDC Agroindustrial  
 Multigrain  
 Nestlé  
 Noble  
 Oleoplan  
 PESA  
 Pif Paf  
 Rodopa Alimentos  
 Stihl  
 Tangará Foods  
 Tortuga  
 Três Corações  
 Universal Leaf  
 Usaçucar  
 Usina Colombo  
 Usina Coruripe  
 Usina da Pedra  
 Usina Guarani

## ESTRANGEIRAS AGRONEGÓCIO

Esta é a relação de empresas transnacionais (ou de controle de capital estrangeiro) que apenas disponibilizam seus Códigos de Ética no website global.

### 10 EMPRESAS

Ajinomoto  
 Bayer  
 Caterpillar  
 CNH/case New Holland  
 DuPont  
 FMC Química  
 Grupo Orsa  
 LDC Agroindustrial  
 Nestlé  
 Noble



## Pesquisa Código de Ética Corporativo 2014

Para o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, sempre que lançamos os resultados de mais uma edição da Pesquisa Código de Ética Corporativo é motivo de imensa satisfação, não só porque esta iniciativa foi o primeiro trabalho desenvolvido por nossa instituição e que, em 2014, chegou à 7ª edição, mas, principalmente, porque este inédito estudo em nosso país vem cumprindo fielmente o seu papel: servir de exemplo e motivação para que um maior número de empresários e executivos se utilizem do Código de Ética que, sem dúvida alguma, é o principal instrumento da atuação responsável e do governo da empresa contribuindo, inclusive, para se trilhar o caminho em direção ao Desenvolvimento Sustentável.

Evidentemente, que não é o Código de Ética que fará com que uma empresa seja mais ética do que aquela que não o tem, mas este instrumento aponta o “Norte Verdadeiro”, como na aviação, demonstrando a rota a ser seguida, o compromisso empresarial na condução dos seus negócios e no relacionamento com seus Stakeholders. Portanto, o Código de Ética é a “Lei Maior”, é a “Constituição” da empresa e deve ser o livro de cabeceira de colaboradores e executivos em prol da formação do caráter e do aumento da reputação empresarial.

Fica evidente neste estudo que existe uma tendência positiva das empresas intensificarem seus esforços para a condução dos negócios de maneira ética, socialmente responsável e ecologicamente correta, pois, só assim as empresas conseguirão galgar os degraus da (verdadeira) Sustentabilidade Empresarial. E neste sentido, o Código de Ética é uma peça fundamental para dar foco a uma nova visão de empresários e executivos, conscientes de que uma postura empresarial apoiada na Ética não é uma moda ou um movimento, mas sim, um caminho sem volta e que é o único que poderá garantir a perenidade das empresas ao longo do tempo e, principalmente, a conquista do necessário Desenvolvimento Sustentável.

[www.PESQUISACODIGODEETICA.org.br](http://www.PESQUISACODIGODEETICA.org.br)

Este estudo está disponível no site da Pesquisa Código de Ética Corporativo.

“...o Código de Ética é a “Lei Maior”, é a “Constituição” da empresa e deve ser o livro de cabeceira de colaboradores e executivos em prol da formação do caráter e do aumento da reputação empresarial.”

# EDIÇÃO 2014

## PRÊMIO

### ÉTICA NOS NEGÓCIOS

Responsabilidade Social  
Meio Ambiente  
Ética e Compliance  
Sustentabilidade  
Comunicação e Transparência  
Voluntariado e Cadeia Produtiva



Parabéns a todos os executivos e empresários anônimos do Brasil que conduzem seus negócios de maneira Ética

## Prêmio Ética nos Negócios 2014

As inscrições para a 5ª edição do Prêmio Ética nos Negócios serão abertas em maio. Participe!

O Prêmio Ética nos Negócios tem como finalidade principal destacar as empresas com as “Melhores Práticas” e, portanto, com reconhecida excelência nos principais temas que envolvem a Atuação Responsável Empresarial, motivando dessa forma um maior número de executivos e empresários a fazer parte do universo das “Empresas Cidadãs” que cumprem na sociedade, não só o seu papel econômico, mas, em especial, conduzem seus negócios de maneira ética, socialmente responsável e ecologicamente correta para se trilhar o caminho do Desenvolvimento Sustentável.

Para o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, idealizador e realizador desta iniciativa, “a Ética é a base da Atuação Responsável Empresarial, passaporte para a Sustentabilidade, a certeza de lucros constantes e a garantia da perenidade dos negócios”.

As empresas interessadas em participar da edição 2014 deverão inscrever projetos que já estejam em desenvolvimento e as inscrições poderão contemplar uma ou mais iniciativas em quaisquer categorias. Além disso, poderão ser inscritos projetos de empresas em atuação em todo o território nacional e integrantes de qualquer segmento de mercado: indústria, comércio e setor de serviços. Os projetos inscritos serão avaliados por uma Comissão Julgadora composta por renomados profissionais. Após o julgamento, as empresas finalistas serão divulgadas ao mercado e trinta dias depois, na cerimônia de entrega do Prêmio Ética nos Negócios, serão conhecidas as empresas vencedoras em cada uma das categorias da premiação.

A partir de maio de 2014, acesse o website [www.premioeticanosnegocios.org.br](http://www.premioeticanosnegocios.org.br) e inscreva sua empresa!

### CRONOGRAMA 2014

Maio	Início Inscrição de Projetos
Agosto	Encerramento das Inscrições
Setembro	Julgamento Projeto Inscritos
Outubro	Divulgação Empresas-Finalistas
Novembro	Cerimônia de Premiação

### CATEGORIAS

Responsabilidade Social
Meio Ambiente
Comunicação e Transparência
Voluntariado e Cadeia Produtiva
Sustentabilidade
Ética & Compliance

### NOVAS CATEGORIAS

Franquias
Pequenas e Médias Empresas
Agronegócio

## Homenageado da Edição 2013

Uma homenagem a todos os empresários e executivos anônimos do Brasil

O Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios tem como objetivo, a cada edição do Prêmio Ética nos Negócios, fazer uma homenagem a um(a) empresário(a) ou executivo(a) com um grande legado no meio empresarial nacional.

Na edição de lançamento, ocorrida em 2010, a Instituição prestou uma homenagem póstuma ao engenheiro João Augusto Conrado do Amaral Gurgel, fundador da Gurgel Motores. A família Amaral Gurgel, presente à cerimônia que aconteceu na ESPM, recebeu o troféu do Prêmio Ética nos Negócios.

Em 2011, a personalidade homenageada foi escolhida após uma enquete realizada entre os CEOs das maiores empresas em atuação no país. Luiza Helena Trajano, Superintendente do Magazine Luiza, foi a mais votada.

Em 2012, o Instituto de Ética nos Negócios resolveu indicar o homenageado em função da importância dada à Ética e às ações colocadas em prática durante sua gestão da operação brasileira de uma das mais renomadas empresas globais. O presidente da Mercedes-Benz do Brasil e o CEO para América Latina, Jürgen Ziegler, recebeu o troféu do Prêmio Ética nos Negócios na sede da empresa situada em São Bernardo do Campo, na Grande São Paulo.

No ano passado, a Instituição inovou novamente! A meta foi prestar uma merecida homenagem a todos os empresários e executivos do Brasil os quais não são conhecidos da sociedade, nem tampouco estão na mídia, mas carregam o país nas costas ao conduzir suas empresas com dedicação, comprometimento e Ética. São para estes a homenagem do Prêmio Ética nos Negócios 2013!

Entretanto, esta homenagem precisaria ter alguém que pudesse representar estes verdadeiros heróis. O escolhido foi Wilson Flinto que dedicou sua vida ao ramo de calçados.



A viúva Luzia Linares Flinto recebe o troféu do Prêmio Ética nos Negócios.

# EMPRESAS FINALISTAS

# 2014

## Empresas Finalistas nas edições de 2010 a 2013

Conheça as empresas que foram finalistas nas primeiras edições do Prêmio Ética nos Negócios:

2010



2011



2012



2013





# CÓDIGO DE ÉTICA

## CORPORATIVO

Iniciativa e Realização:

Instituto Brasileiro de

**ÉTICA**  
**NOS**  
**NEGÓCIOS**

Empresas Parceiras:

