

Um projeto para a construção de um código de ética empresarial

Rogério Mário Fernandes *
Vanessa Fraga da Luz **

RESUMO

No momento atual é observado uma intensa busca por parte das empresas por atitudes éticas. Isso porque presenciamos exigências sociais de maior integração entre a empresa e o social, respeito ao meio ambiente e a sociedade como um todo. O que é o reflexo da maior participação social na vida econômica das entidades. Essa postura social é positiva, pois os grandes beneficiários dessas cobranças é a própria humanidade que promove para si mesmo o bem estar e uma melhor convivência entre o homem e a natureza. Para se alcançar essa postura é preciso viver eticamente. Para a empresa, elaborar um Código de Ética, é um passo importante nessa busca e uma maneira de deixar transparente para a sociedade qual é sua postura diante da comunidade, de seus clientes, de fornecedores e demais agentes econômicos e sociais. Em função disso a empresa fictícia, "Macarrão e Cia Ltda" está sendo apresentada e criado o seu Código de Ética Empresarial onde se encontra seu sistema de valores. Estabelece, assim, padrões e políticas uniformes para que todos os seus colaboradores saibam como agir em qualquer circunstância. É a forma que a empresa encontrou de transmitir aos seus colaboradores como se conduzir eticamente dentro dos critérios e padrões dos pensamentos da organização.

Palavras-chave: Ética profissional. Comportamento humano. Comunidade-Organização. Ética e trabalho.

* Professor do Curso de Ciências Contábeis da FACE/UFMG. Mestre em Engenharia de Produção e Sistemas pela Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: romafer@face.ufmg.br
** Graduada em Ciências Contábeis pela FACE/UFMG

1 INTRODUÇÃO

Vivemos em um momento de transição, em que observa-se as atitudes humanas se canalizando na busca de maior integração tanto do homem com ele mesmo e com o meio ambiente. Isso porque tem-se buscado melhor qualidade de vida e um mundo melhor para todos. O caminho utilizado para se chegar a esses objetivos está sendo trilhado por meio da ética, em que o respeito a vida e ao próximo, incluindo aqui o meio ambiente tem sido o alvo fundamental. O que se observa também é que as empresas trabalhando eticamente tem agregado mais valor e melhoria na qualidade de seus produtos e serviços. O Código de Ética, foi tido por muitos analistas como um meio de auxílio e um contribuinte para se alcançar esses objetivos.

Das várias análises desses estudiosos o que se nota em várias oportunidades é que empresas com programas de certificação ISO 9000 tiveram enormes dificuldades de criar e auditar a sua certificação, por não possuírem um Código de Ética Empresarial. Por outro lado, as que o possuíam tiveram um sucesso maior na sua certificação. Da mesma forma, hodiernamente, as empresas precisam obter a Certificação ISO 14000, que diz respeito às ações e atitudes com relação ao meio ambiente. Desta forma as atitudes comportamentais dos seus colaboradores são importantes na consecução dos objetivos para a obtenção de tal certificado. Por isto foi elaborado esse Código de Ética para que toda a comunidade envolvida com a entidade possa entender o objetivo da empresa.

No Código de Ética Empresarial a palavra ética é empregada no sentido de ser um agrupamento de regras de comportamento aplicáveis às relações humanas. Logo, o que se visa são atitudes compatíveis com a concepção geral do bem e da moral, transmitindo a todos os envolvidos uma postura transparente da empresa. Desta forma, tem-se a certeza de que uma empresa só constrói uma imagem sólida, forte, conhecida e admirada, quando possui atitudes transparentes para com seus colaboradores, a comunidade e seus clientes.

Assim, está descrito a seguir missão e objetivos da Macarrão e Cia. de forma clara e prática para que todos dentro da organização saibam onde a empresa quer chegar. Pretende-se com isso transmitir aos colaboradores um maior conhecimento da entidade, proporcionando-lhes agir de forma coesa, harmoniosa e objetiva. Dessa forma, estarão contribuindo para o alcance dos principais valores: cativar clientes, fornecedores e colaboradores, promovendo, assim, maior integração, inclusão social e respeito ao meio ambiente.

A Macarrão e Cia Ltda. tem como ramo de negócio a produção industrial de massas em geral como lasanhas, macarrão, massa de tomate, inhoque, etc., sendo seu principal produto o macarrão. As vendas são feitas por atacado, sendo seus clientes supermercados, restaurantes, órgãos governamentais, entre outros. Tem como objetivo atingir a satisfação plena dos consumidores internos

e externos, garantindo-lhes uma melhor qualidade de alimentação, visando a saúde e o bem estar.

A criação de uma Comissão de Normas Éticas visa inserir valores que servirão como guia para nortear decisões e atitudes de todos aqueles que fazem parte da empresa, funcionando como mandamentos rumo à realização da missão de:

- a) fazer com que todas as pessoas no exercício de suas funções sejam felizes e se sintam realizadas profissionalmente, tratando a todos com humanidade e igualdade.
- b) respeitar a autonomia das funções, considerando a obrigação de ouvir e a liberdade de externar suas opiniões.
- c) permitir a liberdade para colocar e discutir idéias, incentivando o diálogo e a crítica construtiva sempre na presença dos envolvidos.
- d) promover o progresso contínuo dos resultados através da sinergia entre as pessoas e integração dos processos.
- e) motivar o envolvimento sincero com fornecedores, parceiros e clientes, desenvolvendo uma relação de longo prazo, baseado na confiança, credibilidade e fidelidade, colhendo juntos os melhores resultados.
- f) estimular o respeito e a integridade com as obrigações e compromissos assumidos.
- g) manter relações comerciais e institucionais pautadas na responsabilidade, honestidade e justiça.

Esse Código tem a finalidade de descrever qual a postura ética que deve ser assumida pelos funcionários. É uma forma de padronizar e formalizar o entendimento da organização empresarial em seus diversos relacionamentos e operações. Dessa forma, o que se procura, é evitar julgamentos subjetivos que deturpem, impeçam ou restrinjam a aplicação dos princípios éticos. É importante ressaltar que as regras citadas neste código são relacionadas ao sistema social de nossa empresa, o que envolve todas as pessoas que se relacionam com nossa entidade.

2 O CÓDIGO DE NORMAS ÉTICAS DA EMPRESA

A seguir é apresentado um modelo de Código de Ética Empresarial baseado nas atividades desenvolvidas pela Macarrão e Cia.

Princípios Gerais

Art. 1.º Esse Código tem como objetivo assegurar que a empresa e os seus funcionários cumpram integralmente as leis, acordos, convenções, e contratos, respeitando os direitos de cidadania de seus colaboradores, como sua liberdade,

sua privacidade, seu direito ao contraditório e seu direito à imagem e reputação. Esse código deve ser lido cuidadosamente e para esclarecer quaisquer dúvidas procurar a Comissão de Normas Ética ou seu superior.

Art. 2.º Os profissionais da alta administração como presidentes, vice presidentes, diretores, gerentes gerais devem promover mudanças para melhorar o clima ético da organização, desencadeando, com isso, um processo construtivo de mudança organizacional consciente. Suas atitudes devem ser de respeito às pessoas, utilizando as boas maneiras e a transparência, sempre associada a ética; a excelência e a prudência. O desenvolvimento de seu trabalho deve visar o bem comum, liderando e estimulando seus seguidores, sempre no sentido de criar e reforçar atitudes na busca de resultados.

Art. 3.º Não são permitidas ou sequer toleradas formas abusivas de poder, como, arrogância ou descaso com os direitos de cidadania alheios, intolerância sem base lógica, indisponibilidade ou dificuldade para ouvir os outros, descortesia com os colegas de trabalho, ameaças, gritos ou violência física contra os colegas, coação moral, constrangimentos, punições indevidas e avaliações injustas.

Art. 4.º Considera-se vantajosa uma motivação dentro do ambiente de trabalho, restaurando a harmonia, a criatividade e o engrandecimento profissional.

Art. 5.º Todo e quaisquer treinamentos gerais e específicos oferecidos pela empresa, visando a reciclagem e aperfeiçoamento de seus empregados e a desenvolver sucessivos projetos de melhoria, deverão ser aproveitados ao máximo pelos funcionários. Assim terão seus talentos ampliados e poderão colocá-los a serviço dos objetivos da empresa visando a sua melhoria.

Art. 6.º Na comunicação, os funcionários, devem ser transparentes, honestos e sinceros, isso porque espera-se sempre um comportamento ético dos integrantes dessa organização.

Art. 7.º Os critérios de avaliação de desempenho devem ser objetivos, profissionais e justos. As novas idéias que integrem a criatividade e os canais de informação dentro da empresa devem ser reconhecidas e premiadas.

Art. 8.º Não é permitido que preconceitos ou discriminações possam interferir em quaisquer decisões de emprego, como admissão, promoção, remuneração ou demissão. É inadmissível todo e qualquer favoritismo que possa a vir distinguir algum em detrimento dos demais.

Art. 9.º Não deve ocorrer no ambiente de trabalho atitudes preconceituosas, sejam elas de raça, de origem, de sexo, de idade, de religião ou decorrente de deficiências físicas ou doenças. Evite e também não tolere brincadeiras, comentários ou observações preconceituosas.

Art. 10.º Não será permitido assédio sexual dentro do ambiente das relações de trabalho.

Parágrafo único. São considerados ações e gestos de assédio sexual:

- I - insinuar relacionamento íntimo-amoroso ou de natureza sexual;
- II - efetuar contato físico com o(a) colega.
- III - exhibir partes íntimas do seu próprio corpo a(ao) colega.
- IV - manter ou exhibir material pornográfico no ambiente de trabalho;
- V - fazer referências verbais a qualidades estético-corporais do(a) colega, ainda que sob a forma de elogio.
- VI - fazer piadas ou brincadeiras de mau gosto sobre qualquer assunto de natureza íntima ou sexual.

Art. 11º. É vedado violar as correspondências pessoais de qualquer funcionário, mesmo que remetidas ao endereço do empregador, como também as comunicações telefônicas ou via Internet.

Art. 12.º Todos devem abster-se de interferir na vida pessoal do empregado, qualquer que seja seu relacionamento.

Art. 13º. É obrigatório:

- I - cumprimento do horário de trabalho estipulado no contrato de trabalho e em caso de horas extras só será permitido com a aprovação do supervisor e do funcionário;
- II - anotação da hora de entrada e saída, em registro eletrônico.
- III - o uso de crachá, indispensável como forma de identificação do empregado e seu respectivo setor de atuação, assim como os visitantes;
- IV - o uso de uniformes no setor de produção, bem como a utilização de equipamentos de segurança;
- V - exames periódicos, no mínimo anuais, para avaliação física e mental das capacidades do empregado, de acordo com as normas de saúde mantidas pela empresa;
- VI - cooperar com os companheiros de trabalho e atuar com produtividade sob sua responsabilidade;
- VII - respeitar os superiores hierárquicos e cumprir suas ordens;
- VIII - manter, dentro da empresa, rigorosa compostura e disciplina;
- IX - levar ao conhecimento da autoridade superior à que estiver submetido, irregularidade de que tiver ciência em razão do cargo ou da função;
- X - zelar pela economia e manutenção do material e propriedades da empresa;
- XI - manter seus registros funcionais atualizados no que se refere a dados pessoais e familiares;
- XII - comunicar ao chefe imediato a impossibilidade de comparecer ao serviço.

Art. 14º. Constituem atos de improbidade praticados pelo empregado:

- I - comercialização habitual de qualquer gênero de produto ou prestação de serviços dentro da empresa, por conta própria ou alheia, sem permissão do empregador;
- II - utilização de máquinas e equipamentos para serviços particulares,

- assim como o tempo e recursos da empresa para atividades pessoais ou comerciais extras;
- III - fumar dentro das dependências da empresa, que não seja no local definido para tal prática;
 - IV - o uso de drogas e bebidas alcoólicas;
 - V - violação do segredo da empresa, sejam eles sobre fornecedores, clientes, concorrentes, dados sobre produtos, estratégias de negócios, manual de procedimentos, processos, sistemas, etc.;
 - VII - prática constante de jogos de azar;
 - VIII - retirar, sem prévia autorização da chefia competente, qualquer documento ou objeto da empresa;
 - IX - valer-se do cargo ou função para tirar proveito pessoal;
 - X - descumprir leis, regulamentos, normas e atos da administração;
 - XI - pleitear através de terceiros, vantagens ou tratamento especial com relação à situação funcional;
 - XII - provocar discussão, desordem ou escândalo no ambiente de trabalho;
 - XIII - entrar ou permanecer, sem autorização, fora do horário de trabalho, nas dependências da empresa;
 - XIV - aceitar presentes ou material de valor considerável em qualquer circunstância, ou pleitear algum tipo de benefício ou favor pessoal de fornecedores ou clientes;

Art. 15º. Sempre tome precauções de segurança apropriadas incluindo a utilização de cinto de segurança quando estiver em veículo da empresa.

Art. 16º. Qualquer observação de condições de risco ou falhas de funcionários no uso de equipamentos de segurança ou inobservância das normas de segurança devem ser comunicada aos integrantes da CIPA-Comissão Interna de Prevenção de Acidentes.

Diretoria Industrial

DO RESPEITO AO DIREITO DE PROPRIEDADE MATERIAL E INTELECTUAL

Art. 17º. É dever dos integrantes da empresa respeitar e não violar a propriedade material e intelectual da empresa:

Parágrafo 1º. Considera-se propriedade material os estoques de matéria-prima, de produtos em processo, de produtos acabados, as disponibilidades, imóveis e instalações, máquinas, equipamentos, veículos e outros.

Parágrafo 2º. Considera-se propriedade intelectual da empresa todo conhecimento do processo produtivo, assim como os desenvolvimentos de pesquisa para elaboração de novos produtos ou aperfeiçoamento dos já existentes, promovidos pela empresa e dos softwares usados pela empresa.

Art. 18º. Não serão tolerados os meios de apropriação alheia, que podem ocorrer devido a furtos, para si ou para outrem, roubo, por meio de grave ameaça ou violência, extorsão, mediante constrangimento ou através de seqüestro, estelionato, em prejuízo alheio, destruição de coisa móvel, e apropriação indébita.

Art. 19º. O uso de uniformes e equipamentos de segurança no setor de produção é obrigatório.

Art. 20º. É dever de todos obedecer aos procedimentos operacionais de segurança e utilizar corretamente o sistema de controle de segurança.

Art. 21º. É obrigatório o trabalho de touca, máscara e luvas oferecidas pela empresa.

Art. 22º. Só é permitido a entrada nesse setor com roupa apropriada, oferecida pela empresa e com autorização expressa e acompanhante.

Art. 23º. Devem ser mantidas em sigilo todas as informações industriais como e as pesquisas científicas, descobertas, entre outras.

Art. 24º. O material e ferramental usado pelos funcionários devem ser devolvidos ao almoxarifado ao final de cada expediente.

DO RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES

Art. 25º. Os funcionários devem comportar-se com honestidade e observar os demais preceitos deste código também perante os fornecedores da empresa.

Art. 26º. É necessário que haja um tratamento com igualdade e oferecimento da mesma oportunidade para fornecedores que se encontrem em situações equivalentes.

Art. 27º. A avaliação e seleção da melhor proposta, dentre as apresentadas por mais de um fornecedor, deve ser feita com a utilização de critérios objetivos.

Art. 28º. É imprescindível o cumprimento de todas as obrigações assumidas perante o fornecedor, além de exigir-lhe que cumpra tão somente o que houver sido acordado.

Art. 29º. Não se deve permitir a desqualificação de um fornecedor sem uma ampla documentação do motivo.

Art. 30º. A omissão ao fornecedor de fatos, circunstâncias ou condições relevantes, o inibe no cumprimento adequado de suas obrigações legais ou contratuais, fazendo com que não se apresente uma cotação realista e justa.

Diretoria Comercial

DAS RELAÇÕES COM OS CLIENTES

Art. 31º. O profissional de vendas deve sempre estar convicto que sua função consiste em um serviço. Dessa forma, diante do cliente deve colocar-se no seu lugar para atendê-lo melhor, legitimando sua tendência pessoal para

realizar a venda, atendendo eticamente às expectativas do consumidor.

Art. 32º. No âmbito das vendas, deve-se empregar somente argumentos verdadeiros na tarefa de convencer o adquirente a escolher o produto ou serviço. As informações devem ser precisas e objetivas contendo as especificações, capacidade e limitações do nosso produto para que assegurem um monitoramento competente da transação e assim definido um padrão de tempo exeqüível, para dar cabo dos trabalhos assumidos e aos cronogramas estabelecidos.

Parágrafo único. Não se deve omitir do cliente dados ou informações relevantes, como também suborná-lo para obter uma decisão de compra dos nossos produtos ou serviços. Sempre deve ser lembrado que os negócios dessa entidade são mantidos e conseguidos devido a qualidade e valor de nossos produtos e serviços.

Art. 33º. As relações pós-vendas devem manter um canal de informação eficiente com o cliente, para obter dados significantes do fornecimento, analisando continuamente se todas as promessas feitas foram atendidas dentro do prazo. Neste âmbito, se incorporam as garantias contra os defeitos e assistência técnica, além da certificação de que os produtos ou serviços chegaram ao consumidor nas melhores condições possíveis.

Art. 34º. Os eventos de negócios, como almoços, coquetéis e similares, podem ser realizados desde que não se constituam em uma vantagem pessoal ou patrimonial, além de apresentarem periodicidade compatível com as razões econômicas e não sejam compensatórios de uma ação ou decisão. O negócio deve ser de forma prestativa e profissional, para que este se oriente pela premissa dos ganhos mútuos.

Art. 35º. Os brindes e presentes ofertados, com finalidade de lembrar nossa marca, não podem ter valor monetário relevante ou causar constrangimento moral para quem o recebe e oferecer perigo à saúde e à segurança.

Art. 36º. A propaganda deve divulgar as verdadeiras características e utilidades dos produtos ou serviços, não sendo enganosa ou abusiva, como também não deve se valer dos defeitos dos produtos ou serviços concorrentes. Ela deve sempre buscar promover o desenvolvimento pessoal e social das pessoas. Para isso deve ser utilizados apelos de boa qualidade técnica e moral.

Art. 37º. As ações de marketing devem utilizar dados verdadeiros e qualidades comprovadas dos produtos e serviços, respeitando os princípios legais aplicáveis, inclusive os relativos à livre concorrência e ao direito do consumidor. Deve-se adotar programas compatíveis com a moral da sociedade a que se destina, ajudando na materialização de seus deveres em função de sua responsabilidade social.

Diretoria Financeira

DO SETOR FINANCEIRO

Art. 38º. Todos os funcionários devem desenvolver seu trabalho com o objetivo de maximizar a riqueza da empresa, considerando as conseqüências das ações, visando, assim, a melhor reputação de comportamento ético para atrair a confiança dos clientes. Devem considerar também o bem-estar e o desenvolvimento humano da sociedade em que está inserida a organização.

Art. 39º. Todos os funcionários devem sempre pensar no bem comum, princípio e conceito tipicamente ético e, deve considerá-lo e preservá-lo nas decisões que tomar em relação a essa instituição, assegurando seu bom uso do poder.

Art. 40º. Nos relatórios destinados a informar dados da empresa, como os financeiros e contábeis, as informações devem ser reais e facilmente compreendidas pelas pessoas interessadas.

Art. 41º. O setor financeiro não deverá comunicar a algum potencial concorrente informações empresariais valiosas que possam provocar uma oferta competitiva ou tomar a iniciativa de qualquer outra tática defensiva para derrotar uma oferta de compra das ações.

Art. 42º. Deverão ser mantidas em sigilo todas as informações como as documentações, os hábitos pessoais, registros contábeis, assim como da área tributária.

Art. 43º. Todo pagamento deve ser baseado em informações adequadas e com base na descrição do documento.

Art. 44º. Todo e qualquer recebimento ou pagamento deve ser lançado e baixado no sistema integrado da contabilidade de acordo com os dados do documento.

DO REGISTRO CONTÁBIL

Art. 45º. A contabilização deve ser realizada de acordo com a documentação utilizada. Isso para que no Diário sejam lançadas, com individualização, clareza e caracterização do documento respectivo, dias a dia, por escrita direta ou reprodução, todas as operações relativas ao exercício da empresa.

Art. 46º. O balanço patrimonial deverá exprimir com fidelidade e clareza a situação real da empresa e, atendidas as peculiaridades desta, bem como preservar as disposições das leis especiais.

DOS RECURSOS HUMANOS

Art. 47º. Os funcionários da área de recursos humanos devem abster-se da prática de qualquer ação ou omissão em situações que venham gerar conflitos entre os interesses pessoais com os da empresa.

Art. 48º. É vedado usufruir da utilização do banco de dados pessoais

dos funcionários para pesquisar a vida particular de qualquer um deles ou para a transferência de informações para terceiros, a não ser para o próprio interessado.

Art. 49º. As bases de dados dos funcionários devem sempre estar atualizadas, serem mantidas em sigilo, sendo que seu acesso só é permitido apenas para o pessoal credenciado.

Da proteção e preservação do meio ambiente

DA GARANTIA DO MEIO AMBIENTE

Art. 50º. Em relação ao meio ambiente deve ser seguido e praticado os princípios atribuídos pela Conferência Internacional sobre o Meio Ambiente, realizada pela ONU em 1992, no Rio de Janeiro, em relação ao "desenvolvimento sustentável", como:

- I - respeitar e cuidar da comunidade dos seres vivos;
- II - melhorar a qualidade da vida humana;
- III - conservar a vitalidade e a diversidade do planeta;
- IV - permanecer nos limites da capacidade de suporte do planeta;
- V - gerar uma estrutura nacional para a integração de desenvolvimento e conservação.

Art. 51º. De acordo com esses princípios os funcionários têm os seguintes deveres:

- I - livrar o meio ambiente de contaminação e agressões sofridas em decorrência da atividade humana;
- II - fazer com que os investimentos aplicados levem em consideração a preservação ambiental
- III - promover, anteriormente a aplicação de cada projeto, o Estudo de Impacto Ambiental, submetendo-se à aprovação dos órgãos competentes e da coletividade em geral;
- IV - abster-se de provocar poluição ou contaminação das águas, através da alteração das propriedades físicas, químicas ou biológicas das mesmas;
- V - abster-se de provocar poluição atmosférica e ambiental pela disposição de resíduos sólidos ou de rejeitos industriais perigosos e poluição sonora mediante a emissão de sons ou ruídos acima dos limites legalmente exigíveis;
- VI - manter a coletividade informada sobre quaisquer riscos de danos ambientais e treiná-la para situações de emergência, que possam ser provocadas pela atividade da empresa.

Art. 52º. Como meio de colaboração e fiscalização com a empresa em atender às leis ambientais e utilizar as melhores práticas gerenciais para reduzir ainda mais os riscos ao meio ambiente qualquer pessoa que descobrir qualquer armazenamento não seguro de materiais de risco, algum vazamento ou algo

similar deve informar imediatamente a Comissão de Normas Éticas ou a um superior.

Constituição da Comissão de Normas Éticas

DA COMISSÃO DE NORMAS ÉTICAS

Art. 53º. Cabe a administração dar assessoria e suporte à Comissão de Normas Éticas, assegurando os direitos legais do indivíduo, para que a ação disciplinar e legal seja tomada de maneira justa e adequada. Devem os administradores, também, assegurar, posteriormente que foram tomadas medidas corretivas de segurança para prevenir a respeito da violação.

Art. 54º. Cabe a Comissão de Normas Éticas estar sempre revisando e atualizando esse código, além de buscar meios para reforçar as condutas aqui expressa na política interna da empresa. A ela cabe também sugerir punição aos responsáveis pelo não cumprimento do código.

Art. 55º. A Comissão de Normas Éticas se pronunciará sobre os casos propostos por colaboradores ou pela direção da empresa, quando houver dúvida na aplicação do Código de Ética.

Art. 56º. A Comissão de Normas Éticas deve elaborar atas de todas as reuniões.

Art. 57º. A Comissão será composta de seis membros com mandato de um ano direito à recondução e um secretário permanente:

I - dois representantes da comissão serão nomeados pela administração da empresa;

II - dois serão eleitos pelos funcionários da empresa;

III - um dos representantes será nomeado por mérito, seja uma descoberta, desempenho no trabalho, pontualidade no trabalho, entre outras, podendo ser de qualquer setor;

IV - um secretário permanente para organizar os assuntos e o setor, dando suporte e auxílio aos demais membros.

Art. 58º. Não terá remuneração o exercício do cargo de membro da Comissão de Normas Éticas.

Art. 59º. O funcionário submetido à Comissão de Normas éticas terá seu direito de ampla defesa e do contraditório, podendo apresentar defesa escrita ou oral, apresentar testemunhas ou indicar outros meios de defesa que pretenda exercer.

I - o prazo de defesa será de 10 dias contados da data em que o funcionários foi devidamente cientificado da abertura do processo na Comissão de Normas Éticas.

Art. 60º. Qualquer decisão da Comissão de Normas Éticas deverá ser devidamente fundamentada.

Art. 61º. Dependendo da gravidade dos fatos a serem apurados, a Comissão de Normas Éticas poderá aplicar preventivamente a penalidade de suspensão, antes mesmo de concluído o julgamento.

Art. 62º. Todos os gerentes e supervisores tem a responsabilidade de assegurar que uma cópia atualizada do manual foi entregue a cada funcionário , assim como revisá-lo com os mesmos.

Art. 63º. A Comissão de Normas Éticas deverá:

I - manter um canal de comunicação entre os funcionários e a comissão;

II - analisar todas as sugestões dos funcionários;

III - elaborar um jornal trimestral sobre assuntos importantes para todos, seja sobre mudanças no manual, da empresa ou um acontecimento importante no mundo;

IV - Distribuir folhetos informativos sobre assédio sexual, preconceitos, preservação do meio ambiente, ética, prevenção de acidentes, doenças, e outros assuntos relevantes.

Penalidades

Art. 64º. Qualquer norma desse manual violada conscientemente pode constituir um ato de indisciplina , e o violador pode ficar sujeito à penalidades.

Art. 65º. A punição, se necessária, deve variar de acordo com a gravidade e a freqüência da violação, e levará em conta todas as circunstâncias atenuantes.

Art. 66º. Apurada qualquer infração das normas citadas neste manual, a Comissão de Normas Éticas poderá aplicar as seguintes penalidades:

I - advertência verbal, a mais branda, sendo esta uma oportunidade para o funcionário melhorar sua conduta;

II - advertência por escrito, terá nesse documento todos os detalhes da falta cometida pelo funcionário, assim como sugestões para que melhore sua conduta;

III - suspensão de um a quinze dias, o funcionário receberá também por escrito os motivos.

IV - Demissão

V - As reincidências deverão provocar a elevação da penalidade ou até mesmo instruir a demissão.

VI - Os casos disciplinares que tiverem relação com um ato criminoso, serão levados aos órgãos judiciários e, serão objeto de demissão por justa causa.

3 EXPECTATIVA DA EMPRESA COM RELAÇÃO AO CÓDIGO DE NORMAS ÉTICAS

A consciência ética cresce a cada dia que passa. Isso revela que em todos os relacionamentos da empresa a sociedade deseja a obediência à ética; e que está disposta a cobrar essa conduta das empresas em juízo ou fora dela. A forma que se analisa a conduta das entidades é através das atitudes e ações praticadas pelos seus integrantes. Já a empresa (que é constituída por indivíduos) é avaliada pelas normas emitidas que objetivam defender os interesses coletivos.

Dentro disso a Macarrão e Cia Ltda, elaborou esse Código de Ética com a intenção de incentivar o desenvolvimento de um clima ético e de propor a seus colaboradores, e funcionários, a construir um mundo melhor, tanto para eles, para a comunidade envolvida ou não com seus negócios, como para a própria empresa. Assim vislumbra-se mais oportunidades, com competições comerciais e de carreira mais honestas e com restrições mais justas para todos, construindo com isso um bem comum.

Ao longo desse código isso foi proposto, apesar de não se abordar todas as possíveis situações. Contudo foi estabelecido linhas gerais para atuarmos eticamente. O tempo que se levará para atingir esse mundo melhor dependerá da determinação de cada um em conhecer, meditar a respeito, seguir e disseminar os princípios éticos desse manual, assim como exigir a sua análise por parte de todos.

Dessa forma, a Macarrão e Cia Ltda espera de seus profissionais uma coerência entre os princípios defendidos pela entidade e as atitudes tomadas por seus colaboradores além do empenho em esforços para a criação de um sistema que assegure um modo ético de operar, sempre respeitando a filosofia da organização e os princípios do direito. O resultado dessas atitudes será a construção de uma empresa cidadã. Esse tipo de organização prioriza o respeito ao meio ambiente, desenvolve trabalhos voluntários, realiza benefícios para a comunidade, entre outros, e sempre realiza seu objetivo social pensando na responsabilidade social.

É uma forma de diferenciação num mundo cada vez mais igual e mais competitivo, onde a ética empresarial ganha destaque e torna-se a maneira eficiente de agregar valor ao serviço que se presta, para dentro e para fora da empresa, com a missão e de se construir uma imagem sólida e forte através de resultados realizados com ética, seriedade e justiça.

4 CONCLUSÃO

O conteúdo aqui apresentado teve como escopo, a geração de um movimento empresarial que promova a ética como fator que venha agregar

valor à imagem das organizações. Por esta razão muitas empresas sofreram pesados ônus impostos quando se despreocuparam com a ética e se viram maculadas na sua boa imagem, conseguida através de um esforço de vários anos. Tais ônus se refletem em multas elevadas, paralisações de suas atividades, fraudes internas, perda de confiança e empregados desmotivados, além de outros. Em vista disto temos observado que muitas empresas desenvolvem um organizado esforço, com a finalidade de encorajar a conduta ética em seus colaboradores, por isto estão implantando códigos de ética, desenvolvendo programas de treinamento para seus executivos e empregados, criando comitês de ética e capacitando líderes para acompanhar o desenvolvimento de um clima ético dentro de suas organizações. Certamente as empresas que assim agiram, tiveram agregada à sua imagem excelente fator de competitividade.

5 REFERÊNCIAS

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de et al. *Fundamentos de ética empresarial e econômica*. São Paulo: Atlas, 2001.

CASEY, John L. *Ética no mercado financeiro*. Rio de Janeiro: IMF, 1998.

LISBOA, Lázaro Plácido. *Ética geral e profissional em contabilidade*. São Paulo: Atlas, 1996.

MOREIRA, Joaquim Manhães. *A ética empresarial no Brasil*. São Paulo: Guazzelli, 1999.

SÁ, Antônio Lopes de. *Ética profissional*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.