

PESQUISA

Código de Ética Corporativo 2010



CÓDIGO DE ÉTICA
CORPORATIVO



Iniciativa

Instituto Brasileiro de

ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS

SUMÁRIO

ACHE FÁCIL

Introdução da Pesquisa

- O Tripé da Sustentabilidade _____ 50
- O Código de Ética _____ 51
- Objetivos e Metodologia da Pesquisa _____ 53

Resultados da Pesquisa 2010 _____ 56

Números Globais

- Comparativo 2008 x 2009 x 2010 _____ 56
- 208 Empresas com Código de Ética _____ 57
- Localização do Código de Ética _____ 57
- Código de Ética x Responsabilidade Social x Responsabilidade Ambiental _____ 58
- Sustentabilidade _____ 58
- Relatório de Sustentabilidade _____ 59
- Total Geral 500 Maiores Empresas _____ 60

Setores

- Atacado _____ 61
- Autoindústria _____ 62
- Bancos _____ 70
- Bens de Capital _____ 62

- Bens de Consumo _____ 62
- Diversos _____ 70
- Eletroeletrônico _____ 63
- Energia _____ 63
- Farmacêutico _____ 64
- Indústria da Construção _____ 64
- Indústria Digital _____ 65
- Mineração _____ 65
- Papel e Celulose _____ 66
- Produção Agropecuária _____ 69
- Química e Petroquímica _____ 66
- Serviços _____ 66
- Siderurgia e Metalurgia _____ 67
- Telecomunicações _____ 68
- Têxteis _____ 68
- Transportes _____ 68
- Varejo _____ 68

Índice de Sustentabilidade Empresarial _____ 71

Multinacionais _____ 72

Novidade Estudo 2011 _____ 74

Como e porque criamos a logomarca da pesquisa _ 74

Publicação: "Pesquisa Código de Ética Corporativo no Brasil - 2010"

Patrocínio: Conheça as empresas que patrocinaram este trabalho na contracapa desta revista

Iniciativa, Realização e Responsabilidade pelo Levantamento: Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios

Diretor-Presidente:

Douglas Linares Flinto

Diretor Vice-Presidente:

Itiel Loureiro Nascimento

Sócios-Fundadores:

Douglas Linares Flinto

Luis Carlos de Oliveira Borges

Maria José da Costa Oliveira

Nelson Micuci Garcia Júnior

Paulo Roberto Moreira Valente

Rafael Armani Remião

Sandra Dominiqui Medeiros

Sócios Efetivos

Itiel Loureiro Nascimento e Maria Cláudia

Tombolato

Revisão: Maria Stella Valli

Diagramação: Konsept design & projetos

Banco de Dados:

Revista EXAME Melhores & Maiores – Edição 2009 (Editora Abril)

A divulgação desta pesquisa é altamente recomendada.

Acesse e divulgue www.pesquisacodigodeetica.org.br



INTRODUÇÃO



O TRIPÉ DA SUSTENTABILIDADE

Existem dezenas de expressões que podem definir o papel social das empresas, sendo todas louváveis. Contudo, para o *Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios*, a Responsabilidade Social das Empresas (RSE) pode ser entendida como:

“O comprometimento voluntário e permanente de uma empresa em adotar e exercer a Ética nos Negócios, contribuindo para o desenvolvimento econômico, simultaneamente com a preservação e conservação ambiental e a melhora constante da qualidade de vida de seus colaboradores e familiares, da comunidade local e da sociedade como um todo e desta forma, naturalmente, a empresa estará trilhando o caminho da Sustentabilidade”.

Note que esta definição considera a Ética nos Negócios como prioridade, porque acreditamos que a gestão e a atuação empresarial responsável devem, necessariamente, se alicerçar na Ética.

Atualmente, muito se tem falado sobre o **Tripé da 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, ou seja, se a empresa não tiver desenvolvimento econômico, 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, íntegra e ética. Se isto for exercido plenamente, elas se tornarão socialmente responsáveis e ecologicamente corretas naturalmente e, assim, estarão trilhando o caminho da tão discutida, perseguida e necessária Sustentabilidade. Então, o verdadeiro Tripé da Sustentabilidade deve ser aquele que considera as dimensões ética, social e ambiental.

Vale destacar também que empresas éticas, de certa forma, acabam agradecendo à sociedade dizendo: Obrigado! E isto é facilmente compreensível, porque a expres-

são “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.

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*. Ora, de que adianta uma organização se autointitular Empresa-Cidadã se seu discurso corporativo for diferente das suas reais práticas empresariais? Este, aliás, é o principal problema encontrado no mundo dos negócios atual. 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 é a Reputação Empresarial (aquilo que as pessoas pensam que a empresa é) e, por muitas vezes, o Caráter Corporativo (aquilo que a empresa é, de fato) é deixado de lado ou debaixo do tapete.

Porém, 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.

Ah! A Ética! Uma palavra pequena, tão falada e, no mundo atual, 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!

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.

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 ético, a empresa, naturalmente, será ética. O padrão de conduta que adotar será o responsável pela construção de sua reputação e do caráter empresarial extremamente necessário para que seja publicamente reconhecida como

uma “Empresa Ética” por todos os seus *stakeholders*.

Então, podemos afirmar que **“a aferição da atuação responsável de uma determinada empresa é a Ética nos Negócios”**, e ponto final.

Anos atrás, essa afirmação 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”*.⁽¹⁾

Por todas essas razões, o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios acredita que **“a Ética nos Negócios é a base da atuação responsável e o passaporte para a Sustentabilidade”**.

E, para concluir este tema, é oportuno lembrar uma das mais completas definições de Ética e que, inclusive, nos faz refletir e repensar sobre nossas próprias ações, seja como pessoas ou como profissionais, descrita pelo professor Francisco da Silveira Bueno ⁽²⁾:

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

O CÓDIGO DE ÉTICA

DEFINIÇÃO

O Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios define o Código de Ética como *“a declaração do conjunto de direitos, deveres e responsabilidades empresariais para com todos os stakeholders, refletindo a cultura, os princípios e os valores da empresa, a gestão e a atuação social e ambiental, e o conjunto das normas de conduta para dirigentes, executivos e colaboradores, como também 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 disso, deve ser o principal instrumento de governo e da gestão estratégica das empresas, contribuindo, inclusive, para se trilhar o caminho da Sustentabilidade”.

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”



(morais), por meio da qual a empresa indica e esclarece as suas próprias responsabilidades éticas, sociais e ambientais. Assim, este instrumento tem a função de explicitar um tipo de CONTRATO SOCIAL ⁽³⁾ 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 poderem conhecer 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 web site empresarial, pois somente assim a empresa tornará público, de fato, o seu compromisso.

Além disso, o Código de Ética é a principal ferramenta e a base de atuação da citada Tripla Responsabilidade Empresarial (TRE), ou seja, aquela que contempla as dimensões ética, social e ambiental, e pode ser incorporado às empresas de todos os ramos de atividade e de qualquer porte, bastando haver o desejo de melhorar a gestão e a atuação empresarial.

Existe outro instrumento empresarial, de igual valor e importância, no contexto das empresas eticamente responsáveis. Trata-se do **Balanco Social** ou, como é mais conhecido atualmente, **Relatório de Sustentabilidade**, o qual tem como principal função informar e divulgar aos stakeholders os avanços e as conquistas da atuação responsável da empresa.

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”.

Podemos concluir, então, 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 da Sustentabilidade”**.

www.PESQUISACODIGODEETICA.org.br

Acesse gratuitamente o complemento do conteúdo desta introdução da Pesquisa Código de Ética Corporativo 2010, que inclui a resposta a um importante questionamento: *Como mantemos nossa integridade?* Participe, também, do interessante *Teste da Ética lá existente*. Além disso, você encontrará as pesquisas realizadas em anos anteriores.



OBJETIVOS E METODOLOGIA DA PESQUISA

OBJETIVOS

Esta pesquisa tem por objetivo principal demonstrar a importância, para uma empresa, de elaborar, adotar e divulgar seu Código de Ética e, especialmente, servir de exemplo e motivação para que um número maior de executivos e empresários venham a adotar o mais importante instrumento da gestão e da atuação responsável e do governo da empresa.

PESQUISA E METODOLOGIA

O método utilizado neste estudo foi simples e objetivo. A pesquisa foi realizada junto à maior e mais importante ferramenta de divulgação de qualquer empresa na atualidade: a internet.

No mês de janeiro de 2010 foram acessados todos os 500 websites das maiores empresas em atuação em nosso país, bem como das 50 maiores instituições financeiras, levando-se em consideração as seguintes informações:

Divulgação

Foram consideradas as empresas que disponibilizam livremente o Código de Ética aos seus stakeholders no website corporativo. As empresas que informam possuir este instrumento, porém não o divulgam, 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

Verificar se a empresa dá “destaque” ao Código de Ética na página inicial.

Relacionamento com os stakeholders

Se o Código de Ética contempla o relacionamento com os diversos públicos – os chamados “stakeholders” –, verificar com o que a empresa interage no dia a dia dos seus negócios, 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 desvios de conduta ou desconformidades às determinações constantes no Código de Ética.

Proteção ao Denunciante

Contempla-se cláusula explícita com a informação de que a empresa protegerá de qualquer tipo de represália aqueles stakeholders, especialmente seus colaboradores, que relataram os fatos presenciados ou de conhecimento.

Ações de Responsabilidade Social e/ou Ambiental

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

Balanco Social ou Relatório de Sustentabilidade

Identificação das empresas que elaboram e divulgam este importante instrumento.

Sustentabilidade

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

Empresa Estrangeira

Houve a necessidade de realizar pesquisa no website global para verificação da existência ou não do Código de Ética em empresas estrangeiras que não o divulgam no website nacional, inclusive com a tradução para outro idioma, além do inglês, se necessário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A 3ª edição da Pesquisa Código de Ética Corporativo, além de ter seus resultados comparados com os estudos realizados em 2008 e 2009, confirmou que, apesar da crise financeira global, a tendência de intensificação na adoção e divulgação dos Códigos de Ética não foi interrompida por empresários e executivos, conscientes de que essa postura empresarial de fomentar ainda mais a Ética nos Negócios 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 nos negócios.

Vale destacar também o expressivo percentual das maiores empresas em atuação no Brasil que já adotam, divulgam e se utilizam do Código de Ética, no dia a dia dos seus negócios, para sanar dilemas éticos e atingir os mais altos padrões de conduta funcional e de excelência do comportamento empresarial. O resultado este ano ultrapassou o patamar de 41%, indicando que esta inédita iniciativa do

Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios vem cumprindo o seu papel: o de incentivar a adoção e divulgação deste que é o principal instrumento de gestão da atuação responsável e do governo das empresas, e que reflete em suas linhas e resultados objetivos e subjetivos o verdadeiro *Tripé da Sustentabilidade*, ou seja, aquele que leva em consideração as dimensões ética, social e ambiental.

Notemos também que mais de 60% das empresas pesquisadas já realizam algum tipo de ação de cunho social e/ou ambiental, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida da sociedade brasileira, da preservação e conservação do meio ambiente e, evidentemente, buscando a necessária Sustentabilidade.

Os resultados globais deste estudo, demonstrados nas páginas a seguir, se tornarão um importante exemplo e um enorme incentivo para que qualquer empresa em atuação no país siga os passos vitoriosos das Maiores do Brasil!

Observações Importantes sobre o conteúdo desta pesquisa:

Os textos produzidos pelo Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios são de sua inteira responsabilidade e poderão não refletir a opinião da empresa patrocinadora deste estudo, bem como das empresas apoiadoras.

Qualquer dúvida ou sugestão, favor enviar sua mensagem para pesquisa@eticanosnegocios.org.br

CRÉDITOS:

- (1) Código de Ética – Maria Cecília Coutinho de Arruda – Negócios Editora
- (2) Minidicionário da Língua Portuguesa, Silveira Bueno, Ed. FTD, revisada e atualizada por Helena Bonito C. Pereira e RenaSigner, 1996
- (3) Programa REE Brasil: tem como referência o Projeto 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.



PESQUISA

Código de Ética Corporativo



A BASE DAS RESPONSABILIDADES DA EMPRESA

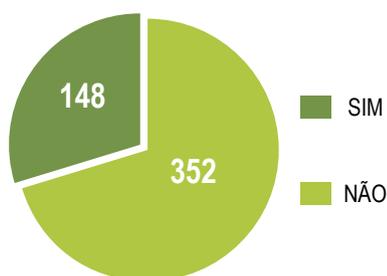


CÓDIGO DE ÉTICA
CORPORATIVO

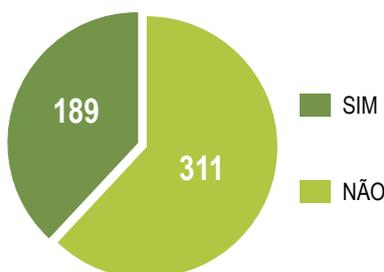


NÚMEROS GLOBAIS

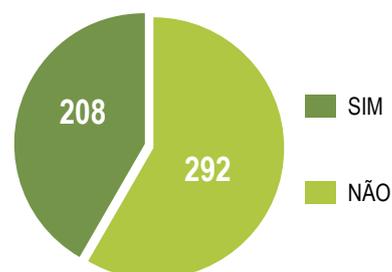
TOTAL 2008



TOTAL 2009



TOTAL 2010

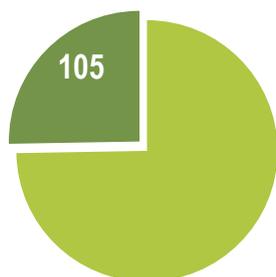


Apesar de um pouco menos expressivo, o resultado é bastante significativo, pois, no estudo deste ano, das 500 maiores empresas em atuação no país, 208 delas, ou 41,6%, já adotam e divulgam em seus respectivos websites o Código de Ética. Para o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, um resultado altamente positivo que, inclusive, indica que esta

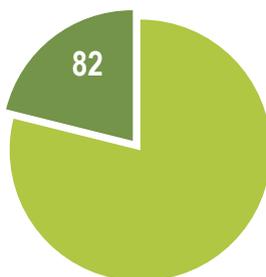
inédita iniciativa vem cumprindo seu principal objetivo no meio empresarial nacional: contribuir para que um número maior de empresários e executivos elaborem, adotem, divulguem e fomentem entre seus stakeholders este que é, sem dúvida alguma, o principal instrumento da Atuação Responsável Empresarial e da Governança Corporativa.

EMPRESA MULTINACIONAL

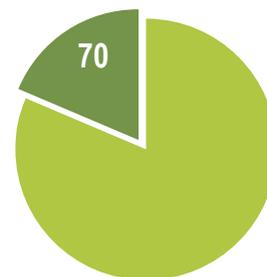
2008



2009



2010



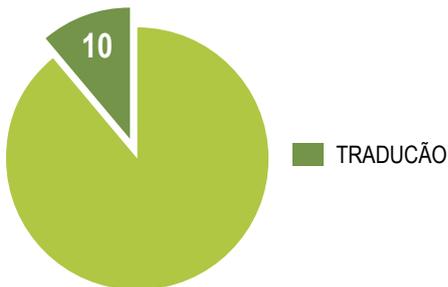
■ MATRIZ

Os números refletem como a Pesquisa Código de Ética Corporativo vem contribuindo para que as empresas transnacionais também venham a disponibilizar seus Códigos de Ética no website nacional (.com.br), fazendo com que tenhamos uma mudança de cultura no meio empresarial do nosso país. Esta mudança, mesmo sendo gradual, é

extremamente importante, oportuna e com resultados muito positivos no médio e longo prazos. Dentre as 292 empresas que não adotam e/ou não divulgam seus Códigos de Ética, 70 delas, por também serem estrangeiras, continuam com a política de divulgar seus códigos somente no website da matriz (.com). Conheça no final deste estudo a relação dessas empresas.



TRADUÇÃO



Dos 70 Códigos de Ética divulgados pelas empresas estrangeiras exclusivamente no website global, 10 deles (14,2%) estão traduzidos para o idioma português.

AstraZeneca, Accenture, Cimpor, Eletrolux, Ericsson, Lilly, Novelis, Pirelli Pneus, Solvay Indupa e Teksid

208 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Destaque Página Inicial

58 (27,8%)

Relacionamento Stakeholders:

159 (76,4%)

Obrigatoriedade Denúncia:

154 (74,1%)

Proteção Denunciante:

105 (50,5%)

O número de empresas que destacam seu Código de Ética na home page do website empresarial, apesar de um pequeno aumento em relação ao resultado da pesquisa do ano passado, que apontou 49 empresas, ainda continua muito baixo – apenas 58 empresas, menos de 1/3 do total –, se comparado ao destaque dado às ações de responsabilidade social e ambiental e, agora, ao tema Sustentabilidade (vide tópico específico ao longo deste estudo).

Numa parcela significativa dos Códigos de Ética analisados é previsto o relacionamento com os stakeholders, indicando a crescente preocupação das empresas com os diversos públicos com que interagem no dia a dia dos seus negócios, inclusive, em muitos instrumentos, é dado o devido destaque à preservação e conservação do meio ambiente.

Esta mesma preocupação é externada com o elevado percentual de códigos que explicitam a obrigatoriedade dos

LOCALIZAÇÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA

Institucional:

131 (62,9%)

Relação com Investidores (RI):

0 (28,7%)

Responsabilidade Social:

10 (4,8%)

Recursos Humanos:

4 (1,9%)

Sustentabilidade:

3 (14%)

stakeholders, sejam eles internos ou externos, de se reportar ao superior imediato ou mesmo a algum canal específico, comunicando toda e qualquer desconformidade com as palavras e ordenanças do Código de Ética.

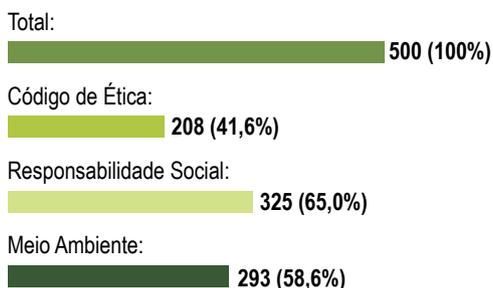
Entretanto, deve estar clara a informação de que a empresa não permitirá nenhum tipo de represália contra o stakeholder que prestar algum tipo de denúncia. Em muitos códigos, consta apenas que o assunto levado à empresa será tratado com confidencialidade, inibindo, de certa forma, a divulgação de situações negativas com potencial de macular o bom nome, a imagem e a reputação empresarial.

Quanto à localização do Código de Ética, grande parcela de empresas opta por divulgá-lo nas informações Institucionais, seguido pela Relação de Investidores, Responsabilidade Social e Recursos Humanos, e, agora, já é possível notar Códigos de Ética sendo divulgados na área específica do website sobre Sustentabilidade. Nada mais natural!



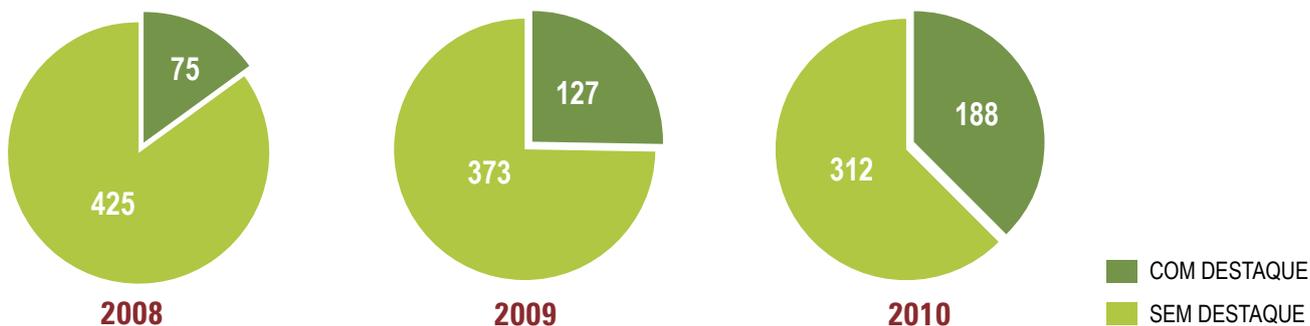
NÚMEROS GLOBAIS

CÓDIGO DE ÉTICA X RESPONSABILIDADE SOCIAL X RESPONSABILIDADE AMBIENTAL



Pelos números apresentados, a adoção e divulgação do Código de Ética vem aumentando, ano a ano, mas ainda ocorre de forma tímida se compararmos aos números das ações de Responsabilidade Social e Ambiental. No resultado específico sobre Sustentabilidade, a crescente, mas ainda baixa, preocupação com o Código de Ética Empresarial ficará mais latente, pois o tema sustentabilidade, apesar de muito mais recente no vocabulário empresarial, vem tendo resultados surpreendentes.

SUSTENTABILIDADE

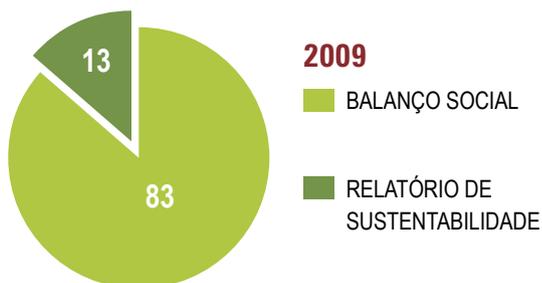


Até 2006, um dos temas mais discutidos e de maior evidência no mundo dos negócios era a Responsabilidade Social. Após isso, especialmente em função do aquecimento global e das visíveis mudanças climáticas, aliados à maior pressão imposta por diversos atores da sociedade mundial por um novo modelo, mais sustentável, de desenvolvimento econômico, as empresas passaram a intensificar em seu vocabulário a palavra Sustentabilidade, a qual, de tão importante, necessária e imprescindível, merece ser escrita

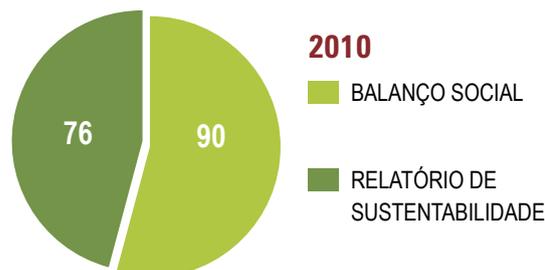
com inicial maiúscula. E isto os números acima espelham esta nova e importante realidade empresarial. Todavia, ainda existe pouco entendimento ou mesmo um paradigma de que a Sustentabilidade está direta e exclusivamente ligada à preservação e conservação do meio ambiente. Porém, como vimos na introdução desta pesquisa, a Sustentabilidade deve contemplar não só o aspecto ambiental, mas também o social e, em especial, a vertente da Ética.



RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE



Dos 166 documentos de comunicação referentes ao desempenho social e ambiental das empresas identificados neste estudo, 90 deles continuam se chamando Balanço Social, mas 76 passaram a se chamar Relatório de Sustentabilidade, confirmando uma tendência



empresarial iniciada há alguns anos. O que se tornou extremamente positivo no estudo deste ano é o fato do significativo aumento do número de empresas que adotaram como política a elaboração e publicação deste importante documento.

Assessoria
em Comunicação
PHCC

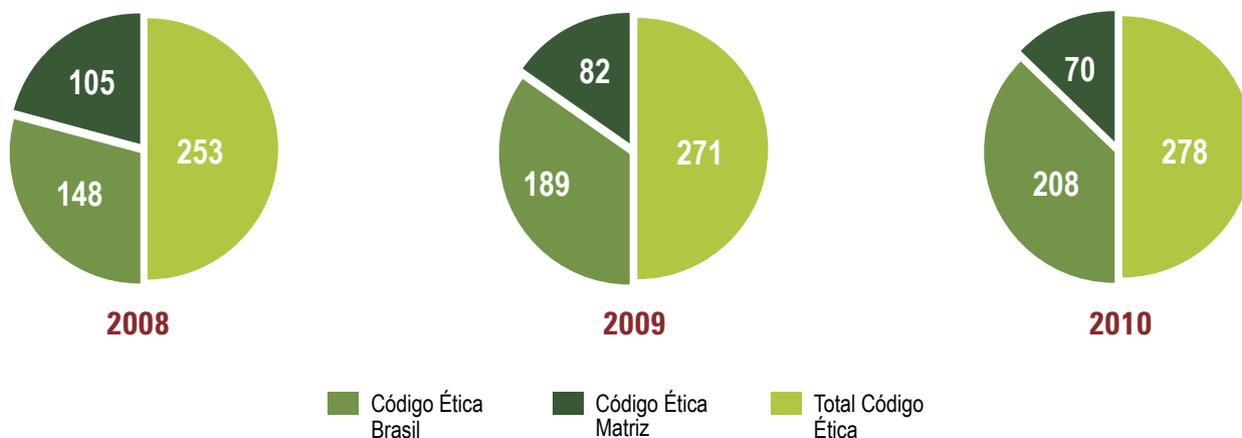
Assessoria de imprensa
Produção de conteúdo
Revisão
Fotografia

imprensa@phcccomunicacao.com.br
www.phcccomunicacao.com.br
Tel/Fax: (11) 2783-9451



NÚMEROS GLOBAIS

TOTAL GERAL 500 MAIORES EMPRESAS



Código de Ética	2008	2009	% 2009/2008	2010	% 2009/2010
Brasil	29,6%	37,8%	8,2	41,6 %	3,8
Matriz	21,0%	16,4%	(4,6)	14,0 %	(2,4)
TOTAL	50,6%	54,2%	3,6	55,6 %	1,4

A cada ano, percebemos que o número de empresas que toma a decisão de elaborar, adotar e divulgar seus Códigos de Ética no website nacional vem aumentando. Atualmente, mais de 41% das 500 maiores empresas em atuação no país já tornaram público este importante instrumento e, se todas as multinacionais também divulgassem seus códigos por aqui,

o resultado total saltaria para 278 empresas ou quase 56% do total pesquisado.

Para o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, um resultado extraordinário e altamente recompensador. Além disso, os números apresentados neste ano, certamente, motivarão muito mais empresas a seguirem os passos das 500 Maiores do Brasil.

DADOS DA PESQUISA

Em sua 3ª edição, a Pesquisa Código de Ética Corporativo traz uma novidade. A divulgação tanto das empresas que tornam público seu código no website nacional quanto daquelas que não o fazem, seja porque não possuem esse instrumento ou porque, possuindo-o, optam por não divulgá-lo aos seus stakeholders.





AUTOINDÚSTRIA

11 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Bridgestone
Case New Holland
Embraer
Fiat
Honda Automóveis
Marcopolo
Maxion
Moto Honda
Randon
Robert Bosch
Suspensys

BENS DE CAPITAL

5 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

ABB Brasil
Atlas Schindler
Metso
Romi
Weg Equipamentos

BENS DE CONSUMO

12 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Ambev ¹
Aurora
Bertin
Bunge Alimentos
JBS
M. Dias Branco
Pepsico
Perdigão ²
Sadia
Souza Cruz
Unilever
Vigor ³

30 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Aethra	Goodyear	Scania
AGCO	Magnetti Marelli	ThyssenKrupp
Agrale	Magnetti Marelli	Toyota
	Confap	
Caterpillar	Mahle	TRW
Cummins	Mercedes-Benz	Valeo
Delphi	Mitsubishi Motors	Vipal
Eaton	MWM	Visteon
Facchini	Peugeot – Citroën	Volkswagen
Ford	Pirelli Pneus	Volvo
General Motors	Renault	

2 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Dedini
Usiminas Mecânica

42 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Ajinomoto	Garoto	Parmalat
Alliance One	Granol	Philip Morris
Avipal ⁵	Hypermarcas	Pif Paf
Avon	Imcopa	Procter & Gamble
Bianchini	Itambé	Rambo
Bombril	J. Macedo	Reckitt Benckiser
Bracol	Johnson & Johnson	RJ Refrescos
Café Santa Clara	Kaiser	Schincariol
Cargill	Kimberly Clark	Seara
CTA Continental	Kraft Foods	Spaipa Coca-Cola
Danone	Moinhos Cruzeiro do Sul	Spal (FEMSA)
Doux	Natura	Universal Leaf
DPA	Nestlé	Vonpar
Frigorífico Minerva	Norsa	Yoki

¹ Ambev, Ambev Bebidas, Agrosuco e Fratelli Vita

² Perdigão e Perdigão Industrial

³ Grupo Bertin

⁴ Schincariol SP e Schincariol NE

⁵ Brasil Foods



ELETROELETRÔNICO

5 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Motorola
Nokia
Prysmian
Siemens
Whirlpool

14 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Alcatel-Lucent	LG
CCE	Panasonic
Electrolux	Philips
Ericsson	Samsung
Ficap	Schneider Eletric
Gradiente	Semp Toshiba
Intelbrás	Sony

ENERGIA

39 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

AES BrasilEletropaulo	CPFL
Amazonas Energia	Duke Energy
Ampla	Elektro
Bandeirantes	Eletronorte
Ceal	Eletronuclear
Celesc	

18 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Bahiagás
CEB
CEEE
Ceg
Ceg Rio



**OPORTUNIDADE E PLANEJAMENTO.
NÃO É À TOA QUE A NOSSA CORUJA
ESTÁ VOANDO ALTO POR AÍ.**

A SAGAX MK é especialista em planejamento estratégico de marketing e oferece soluções criativas de comunicação para cada segmento de mercado.

www.sagaxmk.com.br



ENERGIA (CONTINUAÇÃO)

39 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Celg	Energisa
Celpe	Enertrade
Cemar	Escelsa
Cemig	Furnas
Cepisa	Itaipu
Chesf	Light
Coelba	Liquigás
Coelce	Petrobras
Comgás	Repsol YPF
Coopersucar	RGE
Copel	Tractebel Energia
Copel	Ultragaz
Corsan	Usina da Barra
Cosern	

18 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Celpa
Cemat
Cesp
Copagaz
CTEEP
Enersul
LDC Bioenergia
Tradener
Usaçucar
Usina Caeté
Usina Coruripe
Usina Nova América
UTE Norte Fluminense

Grupos

AES Brasil: AES Eletropaulo, AES Sul e AES Tietê

Rede: Cemat, Enersul e Celpa

NeoEnergia: Cosern, Celpe e Coelba

EDP Energias do Brasil: Enertrade, Bandeirantes e Escelsa

Eletrobras: Cepisa, Ceal, Chesf, Eletronorte, Furnas, Itaipu e Amazonas Energia

CPFL: CPFL Paulista, CPFL Piratininga e CPFL Brasil

Cemig: Cemig Distribuição e Cemig GT

FARMACÊUTICO

5 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Aché
Biosintética (Aché)
Lilly
Novartis
Roche

5 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

AstraZeneca
EMS Sigma Farma
Eurofarma
Pfizer
Sanofi-Aventis

INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO

8 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Camargo Corrêa	Holcim
Cauê ²	OAS
Duratex	Tigre
Gafisa	Votorantim Cimentos

14 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Amanco	Eit	Saint-Gobain
Andrade Gutierrez	Engevix	Supermix
Carioca Engenharia	Galvão	UTC Engenharia
CBB – Cimpor	Odebrechet	W Torre
Delta Construções	Queiroz Galvão	

¹ Votorantim Cimentos e Votorantim Cimentos N/NE

² Camargo Corrêa



INDÚSTRIA DIGITAL

2 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Serpro
Itautec

9 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

CPM Braxis	Oracle
Google	Positivo
HP	SAP
IBM	Videolar
LG	

MINERAÇÃO

8 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Alunorte	Nibrasco ³
Hispanobras ²	Samarco
Magnesita	Vale
MRN ¹	Votorantim Metais

3 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

BHP Billiton
CBMM
Maracá (Yamana)

^{1 2 3} Vale

As melhores ideias começam assim, nos simples esboços

Revisão

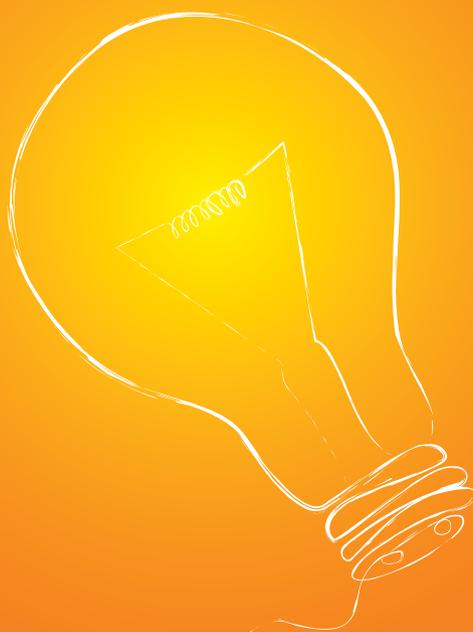
Web Design

Ilustração

Projeto Gráfico

Diagramação

Criação





PAPEL E CELULOSE

6 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Aracruz ¹
International Paper
Rigesa
Ripasa – Conpacel
Suzano
VCP

¹ Fibria (VCP e Aracruz)

QUÍMICA E PETROQUÍMICA

16 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

3M
Anglo American – Coperbrás
Basf
Braskem
Bunge Fertilizantes
Deten Química
Dow Brasil ¹
Elekeiroz
Fosfértil
Heringer
Oxitenos ²
Refap
Syngenta
Ultrafértil
White Martins
Yara

5 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Cenibra
Klabin
Orsa
Santher
Veracel

20 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Akzo Nobel	M&G Polímeros
Bayer	Milena
Carbocloro	Monsanto
Clariant	Mosaic
Dupont	Quanti Q
Evonik Degussa	Quattor ³
Fertipar	Polietilenos
Innova	Rhodia
Kodak	Riopoli
Lanxess	Solvay Indupa

¹ Dow, Dow Agro e Dow Brasil Sudeste

² Oxitenos e Oxitena NE

³ Quattor e Quattor Química

SERVIÇOS

12 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Amil
Contax
Copasa
Dix Saúde ¹
E.C.T.
Infraero
Medial Saúde
Redecard
Sabesp
Serasa
Caesb
Casa da Moeda

23 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Accenture	Hospital Santa Catarina
Atento	Intermédica
AutoBAn	Sanepar
BM&F Bovespa	Sapora
Cedae	SPDM
Central Nacional Unimed	Unimed BH
Corsan	Unimed Paulista
Embasa	Unimed Porto Alegre
Ericsson	Unimed Rio
Golden Cross	Universidade Estácio de Sá
GRSA	Visanet (Cielo)
Hospital Albert Einstein	

¹ Amil



SIDERURGIA E METALURGIA

13 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Aços Villares
Albrás
Alcoa
Arcelor Mittal ¹
CBA ³
CSN
Gerdau ²
Siderurgia Barra Mansa ³
Tenaris Confab
Vale Manganês
Votorantim Metais e Zinco
Amsted Maxion
Mangels

17 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Arno Panex	Rexan
BBA	Rio Negro ⁴
Caraíba ⁵	Teksid
Cosipa ⁴	Termomecânica
Eluma ⁵	Tupy
Ferbrasa	Usiminas
Gonvarri	V&M
Ibrame	Villares Metals
Novelis	

¹ ArcelorMittal, ArcelorMittal Tubarão, ArcelorMittal Inox e Sol Coqueira

² Gerdau Aços Longos, Gerdau Açominas, Gerdau Comercial de Aços e Gerdau Aços Especiais

³ Grupo Votorantim

⁴ Grupo Usiminas

⁵ Grupo Paranapanema



Our way out of the energy fix: an energy mix.



beyond petroleum®

bp.com/energymix



TELECOMUNICAÇÕES

5 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Embratel
Oi ¹
Telefônica
Tim ³
Vivo ²

¹ Oi, Telemar, Brasil Telecom e Brasil Telecom Celular

² Vivo, Telemig Celular e Amazônia Celular

³ Tim Celular e Tim NE

⁴ Claro e Americel

4 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

A. Telecom
Algar Telecom
Claro ⁴
Nextel

TÊXTEIS

3 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Grendene
Guararapes
São Paulo Alpargatas

2 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Coteminas
Vicunha

TRANSPORTES

9 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

All Brasil ¹
FCA ²
Gol – Varig
Localiza
Martin-Brower
MRS
TAM
TBG
Transpetro

¹ All Brasil e All Malha Norte

8 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Aliança
CPTM
Grupo Júlio Simões
Metrô SP
Prosegur
TAG
Tegma
Varig Log

² Vale

VAREJO

6 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Atacadão ²
B2W
Carrefour ¹
Casas Bahia ¹
Lojas Americanas
Lojas Riachuelo

8 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Angeloni	Lojas Marisa
Bretas	Lojas Yamanda
Casas Pernambucas	Magazine Luiza
Coop	McDonalds
D Paschoal	Móveis Gazin
DMA	Pague Menos
Droga Raia	Panvel
Drogaria Pacheco	Prezunic



VAREJO (CONTINUAÇÃO)

4 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Pão de Açúcar ¹
Ponto Frio ¹
Renner
Sendas ¹

¹ Grupo Pão de Açúcar

² Carrefour

14 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Drogaria São Paulo	Sonda
Drogasil	Sotreq
G. Barbosa	Supermercados BH
Insinuante	Supermercados Condor
Leroy Merlin	Wal-Mart
Lojas Cem	Zaffari & Bourbon
Lojas Colombo	Zona Sul

PRODUÇÃO AGROPECUÁRIA

18 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

ADM	Carol	Cooperativa Agrária	Josapar
Algar Agro	Coamo	Copacol	Lar
C. Vale	Cocamar	Diplomata	LDC ¹
Camil	Coopavel	Frigorífico Mercosul	Marfrig
Caramuru Alimentos	Cooperalfa		

¹ LDC e LDC Agroindustrial

As promoções Smiles de alta temporada estão ainda melhores. Você tem até março para emitir seu bilhete.



Bilhetes Smiles & Money

Até 24/3/2010, o Participante Smiles emite Bilhetes Smiles & Money e viaja até 31/3/2010 para todos os trechos operados pela Gol ou Varig no Brasil, América do Sul e Caribe. Programe sua viagem com no mínimo 7 dias de antecedência e embarque com 2.000 milhas por trecho mais 20% de desconto sobre a Tarifa Programada disponível.

Agora, Milhas Reduzidas valem para todo o Brasil

Agora, você tem até o dia 31/3/2010 para emitir Bilhetes Milhas Reduzidas e viajar até 31/3/2010 para qualquer lugar do Brasil, nos voos operados pela Gol ou pela Varig, com apenas 8.000 milhas por trecho. Prepare-se e programe sua viagem.

RESULTADOS



70

PESQUISA 2010

DIVERSOS

1 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

Editora Abril

3 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Cisper

Estaleiro Mauá

Globo

BANCOS

Além das 500 maiores empresas, este estudo analisou os websites dos 50 maiores bancos em atuação no país.

26 BANCOS COM CÓDIGO DE ÉTICA

ABC Brasil

Banco da Amazônia

Banco do Brasil

Banestes

Banrisul

BicBanco

BNB

Bradesco

BRB

Caixa

Carrefour

Cruzeiro do Sul

Daycoval

Fibra

HSBC Bank

IBI

Industrial do Brasil

Indusval Multistock

Itaú Unibanco

Nossa Caixa¹

Panamericano

Paraná

Pine

Santander

Sofisa

Votorantim

24 BANCOS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Alfa

Barclays

BBM

BMG

BNP Paribas

Calyon Brasil

Citibank

CNH

Credicard Citi

DDL Brasil

Deutsche Bank

GMAC

ING Bank

JP Morgan

Mercantil do Brasil

Mercedes-Bens

Morgan Stanley

Randobank

Rural

Safra

Tribanco

UBS Pactual

Volkswagen

WestLB

¹ Banco do Brasil



ISE – ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL



Já há alguns anos, iniciou-se uma tendência mundial de os investidores procurarem empresas socialmente responsáveis, sustentáveis e rentáveis para aplicar seus recursos. Tais aplicações, denominadas “Investimentos Socialmente Responsáveis” (ISR), consideram que empresas sustentáveis geram valor para o acionista no longo prazo, pois estão mais preparadas para enfrentar riscos econômicos, sociais e ambientais. Essa demanda veio se fortalecendo ao longo do tempo, e hoje é amplamente atendida por vários instrumentos financeiros no mercado internacional. No Brasil, essa tendência já teve início, e há expectativa de que ela cresça e se consolide rapidamente. Atentas a isso,

a Bovespa e várias instituições, em conjunto, decidiram unir esforços para criar um índice de ações que seja um referencial para os Investimentos Socialmente Responsáveis, o ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial. Nesse sentido, essas organizações formaram um Conselho Deliberativo presidido pela Bovespa, que é o órgão responsável pelo desenvolvimento do ISE. Posteriormente, o Conselho passou a contar também com o Pnuma em sua composição. A Bolsa de Valores de São Paulo é responsável pelo cálculo e pela gestão técnica do índice. O ISE tem por objetivo refletir o retorno de uma carteira composta por ações de empresas com reconhecido comprometimento com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial, e também atuar como promotor das boas práticas no meio empresarial brasileiro.

(Fonte: ISE – Bovespa)



Camisetas Ecológicas

Desde 2002, produzindo camisetas para promoções e eventos em malha ecológica feita de PET, composto de 50% fibra de poliéster reciclado combinado com 50% fibra de algodão natural, proporcionando beleza, conforto, qualidade e durabilidade. E contribuindo com meio ambiente.



RESULTADOS



72

PESQUISA 2010

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL - BOVESPA

Número Total de Empresas	32
Código de Ética no Brasil	29
Destaque Home Page	08
Ações Responsabilidade Social	32
Ações Responsabilidade Ambiental	30
Menção do Tema Sustentabilidade	28
Bal. Social/Rel. de Sustentabilidade	24
Código de Ética Matriz	0
Total Código de Ética	32

3 EMPRESAS SEM CÓDIGO DE ÉTICA

Cesp
Natura
Usiminas

29 EMPRESAS COM CÓDIGO DE ÉTICA

AES Tietê	Even
Bradesco	Fibria
Banco do Brasil	Gerdau
Braskem	Romi
Brasil Foods	Itaú-Unibanco
Cemig	Light
Coelce	Redecard
Copel	Sabesp
CPFL Energia	Sul América
Dasa	Suzano Papel e Celulose
Duratex	Telemar/Oi
Eletrobras	Tim
AES Eletropaulo	Tractebel Energia
Embraer	Vivo
Energias do Brasil	

MULTINACIONAIS

Esta é a relação das empresas estrangeiras que possuem e disponibilizam o Código de Ética na internet, porém, por enquanto, somente no website global:

AUTOINDÚSTRIA

AGCO
Caterpillar
Cummins
Delphi
Eaton
Genenal Motors
Goodyear
Magneti Marelli
Magneti Marelli Cofap
Mercedez-Bens
MWM International
Pirelli Pneus
Renault
TRW
Visteon
Volvo

BANCOS

Barclays
BNP Paribas
Citibank
CNH
Credicard Citi
Deutsche Bank
GMAC
JP Morgan
Mercedez-Bens
Morgan Stanley
Rodobank
UBS Pactual
WestLB

BENS DE CONSUMO

Avon
Cargill

Garoto
Kimberly-Clark
Kraft Foods
Philip Morris
Procter & Gamble
Reckitt Benckiser
RJ Refrescos
Spal (FEMSA)

ELETROELETRÔNICO

Alcatel-Lucent
Eletrolux
Ericsson Telecomunicações
Ficap
LG
Panasonic
Philips da Amazônia
Samsung
Sony



DADOS DA PESQUISA

73

PESQUISA 2010

ENERGIA

UTE Norte Fluminense

FARMACÊUTICO

AstraZeneca

Pfizer

Sanofi-Aventis

INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO

CCB - Cimpor

Saint-Gobain

INDÚSTRIA DIGITAL

Google

HP

IBM

Oracle

SAP

MINERAÇÃO

BHP Billiton

Maracá (Yamana)

QUÍMICA E PETROQUÍMICA

Akzo Nobel

Clariant

Dupont

Kodak

Lanxess

Monsanto

Mosaic

Solvay Indupa

SERVIÇOS

Accenture

Ericsson

GRSA

SIDERURGIA E METALURGIA

Novelis

Rexan

Teksid

V&M

TELECOMUNICAÇÕES

Americel

Claro

TRANSPORTES

Prosegur

VAREJO

McDonald's

Wal-Mart

Amplie os horizontes da ética na sua empresa!

A ICTS é uma empresa internacional de consultoria e serviços em gestão de riscos de negócios que atua junto a diversas companhias, líderes em seus segmentos de mercado.

Nossas áreas de atuação:

- Gestão de riscos de negócios
- Segurança de informações
- Proteção executiva integrada
- Reforço da ética empresarial
- Inteligência preventiva de negócios
- Canal confidencial e monitoramento contínuo

Desde 1982, a ICTS vem assistindo seus clientes a serem mais competitivos e desempenharem uma gestão mais eficiente por meio do reforço da ética e da transparência no ambiente de negócios.

Nossas soluções em ética empresarial:

- Elaboração e revisão de código de ética e conduta
- Desenho e implantação de estrutura de gestão da ética
- Operação e gestão de canal de ética/denúncias
- Análise de aderência à ética empresarial
- Monitoramento de transações e ambientes de trabalho



NOVIDADE ESTUDO 2011



A 4ª edição da Pesquisa Código de Ética Corporativo, com lançamento previsto para o primeiro trimestre de 2011, terá uma novidade. Trata-se de um questionário eletrônico, elaborado com a colaboração dos profissionais da ICTS Global, que será enviado ao departamento de Recursos Humanos das 500 maiores empresas em atuação no país. Os resultados da pesquisa serão incorporados à atual metodologia deste inédito estudo. Com esta novidade, a expectativa é de conseguirmos um espelho sobre o pensamento, os objetivos, as dificuldades e as atitudes empresariais quando o assunto é o Código de Ética.

COMO E PORQUE CRIAMOS A LOGOMARCA DA PESQUISA



O desafio foi lançado: desenvolver uma marca para a Pesquisa Código de Ética 2008, que traduzisse o assunto em questão através de simples traços. Essa foi mais uma etapa vitoriosa de tantas que vivenciamos no dia-a-dia, afinal, esse é nosso trabalho.

O primeiro passo seria englobar os aspectos mais importantes da Ética em conjunto com formas que remetessem ao meio ambiente. Tudo em cores vivas justamente com o propósito de ilustrar as consequências de uma excelência na conduta.

Responsabilidade social, sustentabilidade, meio ambiente, amor, fidelidade, respeito, compromisso, integridade... Essas foram as primeiras palavras que nos vieram à mente. Algumas, talvez, aprendidas com a vida e outras nos relacionamentos profissionais e com a família, mas não importa. Esse baú de informações e conceitos borbulhava permitindo darmos início aos primeiros traços.

Começamos com gotas e folhas entrelaçadas, mas ainda era necessário humanizar esses elementos. Nesse momento, adicionamos ao conjunto de traços laranjas contrastantes que identificassem seres humanos. Tudo partindo de um mesmo ponto. Tudo diretamente relacionado. Tudo tendo como base o Código de Ética.

Dessa maneira finalizamos o projeto e chegamos à imagem que você vê ao lado. Esperamos que essa marca seja impressa não só no papel, mas em seu coração, para que se faça lembrar em todas as ocasiões da sua vida e não apenas nas relacionadas ao mundo dos negócios. Para que o valor ao próximo e ao meio ambiente seja evidente e crescente, principalmente, partindo daqueles que possuem influência direta e indireta sobre pessoas e sociedade. Você é uma peça importante e seu exemplo é fundamental!

Rafael Domingues Alvares

Diretor-Presidente da Clip | Design



A perspectiva de um futuro
mais ético se consolida
com a sua parceria



www.eticanosnegocios.org.br

Fortalecer nossa causa conscientiza a sociedade e destaca sua empresa. **Associe-se!**

Instituto Brasileiro de

ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS

Fomentar a Ética é um desafio que vem sendo conquistado com bastante sucesso pelo Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios. Com a parceria de empresas que acreditam e apoiam esta causa, conseguimos concretizar iniciativas inéditas em nosso país as quais são destinadas ao meio empresarial e também aos estudantes que serão os colaboradores, executivos e proprietários das empresas de amanhã.

É desta forma, contribuindo com a melhoria da qualidade ética das empresas e com a formação de adultos-cidadãos e líderes eticamente responsáveis que potencializamos a perspectiva de um futuro mais ético e assim, naturalmente sustentável!

Programa RSE Brasil



Associação dos Empregados

ÉTICA

Associação dos Empregados

PERQUSA



CÓDIGO DE ÉTICA
CORPORATIVO

PRODUTO



Clube do Bem
Associação de Alunos de Direito



Programa
UniÉtica



Programa
RSC
na Empresa

Blog ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS

PRÊMIO
ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS



1º Congresso
Ético nos Negócios

Patrocínio Diamante



Patrocínio Ouro



Patrocínio Prata



Patrocínio Bronze



Apoio Tecnológico



Agradecimentos



Apoiadores Institucionais e de Divulgação

