

Filosofar é também agir:
Grandes correntes da ética ocidental

A ética empresarial

Jorge Rodrigues

ISCAL - Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa
do Instituto Politécnico de Lisboa

Lisboa, 17 de Abril de 2017

A ética empresarial

1. Introdução
2. Temáticas envolvidas
 - 2.1 RSO
 - 2.2 Confiança
 - 2.3 *Corporate governance*
 - 2.4 Ética
 - 2.5 Deontologia
3. Instrumentos de ética
 - 3.1 Código ético
 - 3.2 Código de conduta
 - 3.3 Código de boas práticas
 - 3.4 Código deontológico
4. Mercado de informação financeira
5. Nota final

1. Introdução

Formação / Experiência profissional / IES

MAF: EDP => REG (formação mais holística)

Independentemente do tipo e destino da análise da informação:

- a) Estudo da envolvente macro económica;
- b) Análise do setor de atividade;
- c) Pesquisa sobre aspetos específicos da empresa.

Fernando Pessoa (1926: 1-2)

Toda a teoria deve ser feita para poder ser posta em prática, e toda a prática deve obedecer a uma teoria. Na vida ... a teoria e a prática completam-se.

Foram feitas uma para a outra.

1. Introdução

Definição adotada:

A ética empresarial/organizacional é o modo socialmente correto de fazer as coisas em gestão dos negócios. Contribui para fazer o que está certo, em vez do que é apenas conveniente, popular ou rentável.

A série de escândalos nos EUA e na Europa, só desde o início do Séc. XXI, e a própria crise financeira iniciada no Verão de 2007, com a subsequente crise económica, vieram demonstrar a falência do paradigma capitalista vigente.

1. Introdução

Escândalos financeiros

Ano	Empresa	Incidente	Impactos
2001	Enron Corporation	Contabilização de potenciais lucros, gerando aumento artificial no preço das ações e pagamento de bônus a gestores.	Desemprego, suicídios, prisões, perda de poupanças individuais.
2002	Arthur Andersen	Destruição de milhares de documentos para ocultar delitos na Enron, empresa que auditava e prestava consultoria.	Faliu por perda de reputação e os 85.000 empregados perderam o emprego.
2003	Parmalat	Falsificação de documentos para obtenção de financiamentos.	Orçamentos falsos, lucros fictícios, controlo em cascata de empresas em <i>offshore</i> .
2003	Royal Ahold	Contabilização incorreta de prémios para promoções, incrementando os resultados.	O diretor executivo e o CFO condenados por fraude.
2004	Royal Dutch Shell	Sobre estimava as suas reservas de petróleo e gás, sobre valorizando a cotação das suas ações.	Pagamento de multas aos supervisores financeiros e indemnizações a acionistas.
2006	Siemens	Esquema de corrupção em todo o mundo, com pagamentos de cerca de 1,4 mil milhões de dólares, para obtenção de contratos públicos de fornecimentos.	Pagamento de multas (EUA e Alemanha), devolução de impostos, prisão de quadros superiores.

Fonte: Elaboração própria

1. Introdução

Cinco maiores multas a bancos, até 31/Dez/2014

Ano	Banco	Multas (10 ⁶)		Causa
		USD	€	
2013	JP Morgan	13.000	9.400	Venda de ativos sobre hipotecas – <i>subprime</i> , entre 2005 e 2007, sem a devida informação (risco elevado).
2012	HSBC	1.920	1.400	Lavagem de dinheiro de cartéis da droga, financiamento ao terrorismo, violações de embargos.
2012	UBS	1.530	1.100	Manipulação da taxa de juro Libor – taxa de referência para contratos financeiros em todo o mundo.
2013	JP Morgan	1.020		Violação de regras do mercado de capitais, em Londres.
2009	UBS	780		Cumplicidade de fraude fiscal com contribuintes norte-americanos.

1. Introdução

Como causas comuns daqueles problemas, hoje, podem apontar-se:

- a) Sistemas de recompensas por desempenho dos gestores, com ênfase em resultados de curto prazo;
- b) Seleção inadequada de pessoas para cargos de alta direção;
- c) Manipulação de informação para mercado (laboral, financeiro, fiscal);
- d) Ambição e ganância excessivas dos gestores de topo na definição de taxas de crescimento dos negócios das empresas.

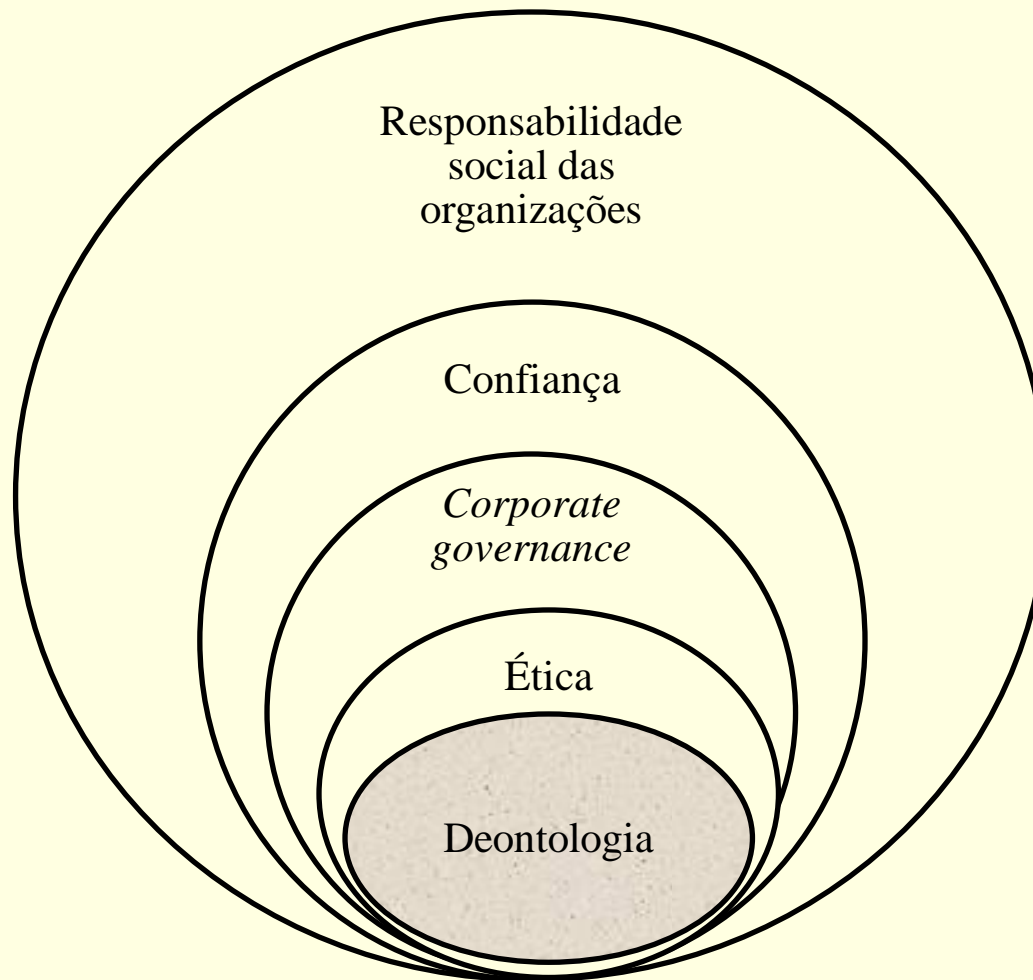
1. Introdução

Todos os atores do mercado estiveram implicados – auditores, consultores, bancos de investimento, sociedades corretoras, investidores –, através de atos de corrupção (terem, intencionalmente, acesso a privilégios impróprios a que não tinham direito, transgredindo quer as leis quer as normas sociais).

Deve-se distinguir bem entre a área da ética (o que é justo) e a área do direito (o que é legal).

Começaram a ganhar expressão conceitos como *valores*, *responsabilidade social*, *ética*, *sustentabilidade*, *direitos humanos*, em relação a contextos de negócio e aos seus impactos no meio envolvente económico, social e físico.

2. Temas envolvidos em ética empresarial



2.1 RSO

A responsabilidade social das organizações (RSO) é a tradução proposta para a língua portuguesa de *Corporate Social Responsibility* (CSR), por se entender que o conceito de organização deve ser abrangente, enquanto a empresa é um caso particular de uma organização.



2.1 RSO

Os gestores têm quatro tipos de responsabilidades, com a seguinte ordem:

- a) Económica (*must do*): produzir bens e serviços de valor para a Sociedade, pagar aos credores e remunerar os acionistas;
- b) Legal (*have to do*): obedecer à legislação vigente;
- c) Ética (*should do*): agir de acordo com as crenças vigentes na sociedade relativas ao que considera ser um comportamento correto;
- d) Filantrópica (*might do*): obrigações adicionais para com a Sociedade assumidas pela organização.

2.1 RSO

As principais responsabilidades éticas da organização:

- a) Servir a sociedade com produtos/serviços úteis e em condições justas;
- b) Criar riqueza do modo mais eficaz possível;
- c) Respeitar os direitos humanos (condições de trabalho, saúde laboral, ...);
- d) Procurar a continuidade sustentada da organização;
- e) Fazer uso racional dos recursos naturais e energéticos;
- f) Cumprir com rigor todas as leis, normas e costumes;
- g) Procurar a distribuição equitativa da riqueza criada.

Hoje, esta *praxis* respeita a todo o tipo de organizações, sendo a própria Sociedade a exigir um comportamento socialmente responsável.

2.1 RSO

Dimensões		Sub-dimensões	Indicadores / práticas ???
Económica		Clientes	Atração e retenção dos clientes, direitos do consumidor.
		Fornecedores	Pagamento a horas, ...
		Constituintes organizacionais	Satisfação das necessidades, ...
		Produtos, serviços, ideias	Segurança, qualidade, informação rotulagem, embalagem, preços justos, ética no marketing e publicidade, assistência após-venda.
Social	Interna	Gestão de recursos humanos	Igualdade de oportunidades de género, diversidade étnica, recrutamento e seleção, avaliação do desempenho, reconhecimento e recompensas, gestão de carreiras, conciliação entre a vida familiar e profissional, emprego sénior.
		Informação e comunicação	Reuniões, painéis de informação, participação nas decisões.
		Serviços sociais	Cantina, creches, comparticipação no custo dos estudos, transporte.
		Empregabilidade	Formação no posto de trabalho, troca de experiências entre colegas, línguas, disponibilização de revistas técnicas.
	Saúde, segurança e higiene no trabalho	Medicina no trabalho, condições de salubridade, prevenção de riscos, ergonomia.	
	Externa	Comunidade local	Donativos a associações, autarquias, escolas; patrocínios de eventos culturais; utilização de produtos locais, ações de voluntariado, estágios.
Ambiental		Gestão do impacto ambiental	Eficiência na utilização dos recursos, emissão de gases de estufa e de poluentes, utilização de materiais recicláveis, poupança de energia.

2.2 Confiança

O que é confiança?

O significado e os tipos de confiança diferem de cultura para cultura e também com o campo científico que a aborda. Neste sentido, não há uma definição de confiança que seja universalmente aceita, apesar de haver vários níveis de convergência em torno do mesmo.

Em geral, a confiança torna-se necessária em situações de risco ou incerteza, ou ainda quando os interesses de um agente não podem ser alcançados sem que haja confiança desse agente em relação à contraparte.

2.2 Confiança

A confiança, percebida como sendo o acreditar nas intenções dos outros indivíduos, com prudência e moderação, facilita as relações de trabalho e as transações económicas, contribuindo para a excelência na gestão das diferentes organizações presentes numa Sociedade.

Portanto, a confiança assume um papel de extrema relevância, que é o de facilitar as relações de trabalho e as trocas económicas, logo, de fazer com que as atividades fluam melhor, que os objetivos sejam atingidos mais rapidamente e com menor custo, o mesmo é dizer, uma gestão excelente.

2.2 Confiança

A confiança, em geral, apresenta-se como um processo que permite gerir a incerteza, encontrando a sua justificação na falta de conhecimento sobre os acontecimentos futuros.

Remete-nos para o que não pode ser formalizado por escrito – contratos incompletos –, implicando, então, a referência a normas sociais e a adesão a essas normas, por parte dos membros que pertencem a uma certa Sociedade.

Assim, a confiança pode ser definida como a presunção de que em situação de incerteza, a outra parte irá agir e cumprir, face a situações imprevistas, em função de regras de comportamento consideradas aceitáveis.

2.2 Confiança

Assim, as organizações que forem capazes de criar estes relacionamentos – internos e externos –, os quais não são facilmente imitáveis ou substituíveis pelas outras organizações, são potencialmente criadores de vantagens competitivas sustentáveis.

Logo, a confiança pode ser considerada um recurso valioso e não facilmente substituível ou imitável, contribuindo para construir vantagens competitivas sustentáveis.

2.2 Confiança

De um modo geral, a confiança pode ser categorizada em:

- a) Pessoal. Refere à confiança depositada num indivíduo, por outra pessoa, devido às características que lhe são intrínsecas. Ela é exógena à relação;
- b) Interpessoal. Refere-se à confiança recíproca que existe entre dois indivíduos. Em negócio, a confiança é o substituto dos contratos explícitos;
- c) Organizacional ou intra-organizacional. Refere-se à confiança existente entre os indivíduos que pertencem a uma mesma organização;

2.2 Confiança

- d) Institucional. Quando se refere a um indivíduo e a uma organização enquanto pessoa moral.
- e) Intra-organizacional. Refere-se principalmente à confiança existente entre os indivíduos de duas organizações que cooperam.

O comportamento passado de uma organização, em termos de qualidade, cumprimento de prazos, compromissos assumidos e cumpridos, honestidade, situação financeira, são métricas do conceito confiança.

2.3 Corporate governance

A *corporate governance* – governabilidade organizacional, governo das sociedades, controlo empresarial – enquanto organização e repartição dos poderes de gestão no seio de uma organização, dá corpo a um conjunto de recomendações mínimas em matéria de organização do poder nas organizações, com a finalidade de promover a lealdade, a transparência, o controlo e a responsabilidade dos gestores.

2.3 Corporate governance

	Mecanismos específicos	Mecanismos não específicos
Mecanismos intencionais	<ul style="list-style-type: none">- Assembleia-Geral de accionistas- Conselho de Administração- Sistemas de remuneração- Estrutura interna formal- Sistemas de controlo internos (auditorias)	<ul style="list-style-type: none">- Enquadramento juridico-legal, político e cultural
Mecanismos espontâneos	<ul style="list-style-type: none">- Estrutura informal e redes de confiança- Vigilância mútua pelos pares- Cultura da empresa- Reputação interna	<ul style="list-style-type: none">- Mercados:<ul style="list-style-type: none">- de bens e serviços- financeiros e de capitais- de trabalho dos gestores- de formação dos gestores- Cultura própria ao negócio

Fonte: Charreaux (1997). Adaptado.

2.3 Corporate governance

A delimitação do espaço discricionário dos gestores resulta da interação de um conjunto de mecanismos, quer internos quer externos – associados à teoria da agência, espontâneos ou intencionais – associados à teoria dos custos de transação, levando-os a atuarem no interesse dos proprietários.

Dito de outro modo, as regras de gestão de uma organização devem ser conhecidas e os riscos do negócio devem estar sob controlo.

2.4 Ética

As questões de ética nos negócios surgem porque a maioria dos gestores se considera bom tomador de decisões éticas e imparciais. Contudo, muitos deles, sem o perceberem, são parciais e beneficiam-se a si e à própria organização.

Neste contexto, a ética nos negócios pode ser definida como um conjunto de princípios e padrões morais que orientam o comportamento dos indivíduos no mundo dos negócios.

2.4 Ética

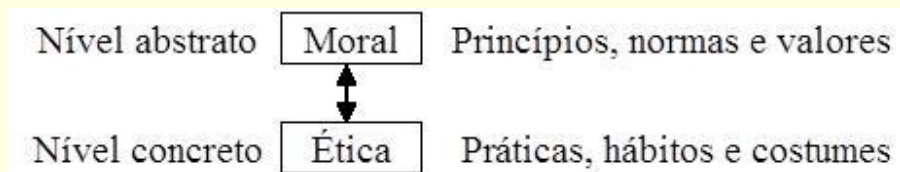
O conceito de *moral* refere-se ao conjunto de princípios, normas e valores que prevalecem numa dada Sociedade e num dado período de tempo, nos quais os indivíduos se baseiam para decidir o que é certo e errado, distinguindo entre o bem e o mal, o correto e o não correto.

Logo, para nos relacionarmos com indivíduos com opções de vida diferentes, precisamos de uma “ponte” que nos permita fazer a ligação entre princípios, normas e sistemas de valores diferentes; essa ponte é a ética.

O conceito de *ética* pode definir-se como o ramo da filosofia que se preocupa com o que é moralmente bom ou mau, certo ou errado, justo ou injusto.

2.4 Ética

Ou seja, a ética de um indivíduo, grupo, organização ou comunidade é a manifestação visível através de comportamentos, hábitos, práticas e costumes, de um conjunto de princípios, normas, pressupostos e valores que regem a sua relação com o mundo real.



Como tal, a ética é uma *práxis* (prática) da moral que um determinado indivíduo ou grupo tem num dado momento, pelo que revela o seu carácter.

Logo, a ética organizacional é a reflexão interna de uma organização sobre as suas atividades, de acordo com a moral vigente na Sociedade onde se insere.

2.4 Ética

Hoje, nas organizações, os gestores tendem a assumir e a encorajar comportamentos éticos, pois, a longo prazo, essas atitudes irão gerar vantagens competitivas.

Em geral, na análise de problemas relacionados com a ética, uma das dificuldades que os gestores costumam sentir, é a falta de um padrão de julgamento universal e simples, que seja capaz de clarificar se uma decisão, em particular, é ética ou não é ética.

2.4 Ética

Em geral, estudam-se cinco padrões a respeitar por uma organização:



2.4 Ética

- a) Relativismo (regra de ouro). Define o comportamento ético como estando baseado na opinião e no comportamento de outros indivíduos.
- b) Princípio utilitarista. Critério de maior bem para a Sociedade como um todo.
- c) Dever ético (imperativo de Kant). Devemos agir de modo a que a nossa conduta se converta em lei universal.
- d) Universalismo (ética profissional). Todos os indivíduos devem comungar de certos valores, necessários para o funcionamento da Sociedade.
- e) Ética da virtude (teste da TV). Sentir-se à vontade e sem constrangimentos para explicar as razões que levaram à tomada daquelas decisões.

2.4 Ética

Gestão da ética: questões para ajudar a decidir “o que está certo”:

- a) É legal? Estarei a violar as normas de direito aplicáveis ou a política da organização?
- b) É equilibrado? Será justo para com todas as partes envolvidas, quer no imediato quer no longo prazo? Promove relações em que todos ficam a ganhar, segundo os seus próprios interesses?
- c) Como me irei sentir com a minha consciência? Vou sentir-me orgulhoso? Gostaria que a minha decisão viesse publicada nos jornais? Gostaria que a minha família soubesse?

2.5 Deontologia

A deontologia refere-se, em geral, à regulação de profissões específicas, tendo como envolvente comum, os princípios e valores atrás enunciados.

Então, a deontologia é o conjunto de normas e princípios estabelecidos para a correção de intenções, ações, direitos, e deveres de determinada profissão.

Assim, cada profissional deve ter a sua deontologia própria para regular o exercício da profissão.

3. Instrumentos de ética

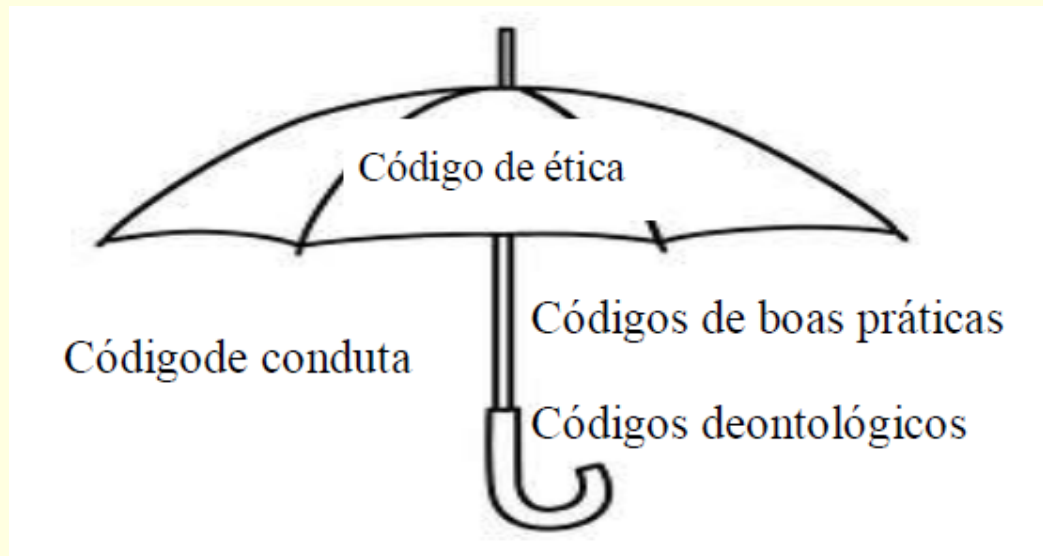
O conceito de ética não é entendido nem utilizado de forma uniforme em todos os contextos, sendo várias as organizações internacionais que optam por reformular o seu conceito de ética nos negócios, denominando-o como integridade, boas práticas, conduta ética, conduta responsável ou outros.

Nesta linha de raciocínio, de seguida, procura estruturar-se uma sequência de tipologia de códigos, para um mais fácil diálogo entre as partes interessadas:

- a) O *código de ética* refletirá a ética aplicada por uma organização;
- b) O *código de conduta* refletirá uma moral e a ética respetiva da organização;

3. Instrumentos de ética

- c) O *código de boas práticas* reflete as técnicas adequadas a um setor, em geral, transmitidas através da formação para o exercício de uma profissão;
- d) O *código deontológico* refletirá os princípios que orientam o comportamento de um indivíduo no desenvolvimento da sua profissão.



3.1 Código ético

O código ético pode ser entendido como um conjunto de critérios de orientação que permitam decidir o que é eticamente mais correto, procurando assegurar atitudes e comportamentos éticos por parte de uma organização, podendo ter também uma abrangência setorial ou mesmo profissional.

Nos países anglo-saxónicos os códigos éticos são considerados fontes de direito; nos países de tradição romano-germânica têm um valor moral, não produzindo efeitos jurídicos, não podendo estar em contradição com a lei.

3.2 Código de conduta

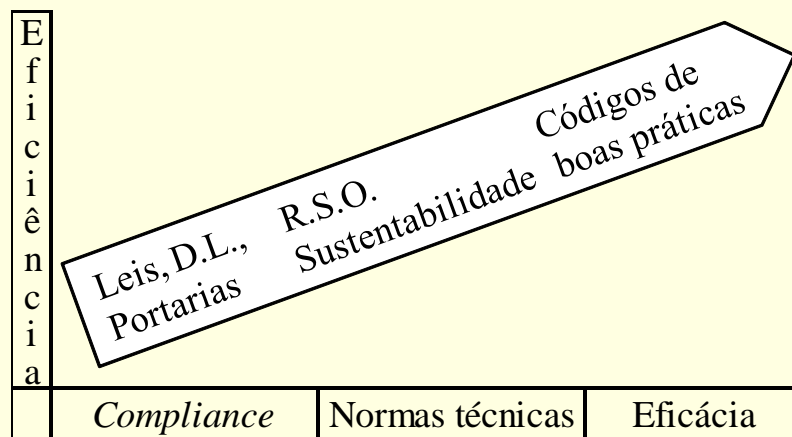
Os códigos de conduta são documentos elaborados por e para uma organização, tendo por finalidade orientar o comportamento dos seus colaboradores.

Por conduta, entenda-se o modo de alguém agir, proceder ou se comportar de acordo com certos padrões.

É a institucionalização da responsabilidade social e da filosofia ética, em termos transversais, para um determinado contexto global, podendo o mesmo ser vertido, em conformidade, para códigos mais específicos.

3.3 Código de boas práticas

Consiste num conjunto de disposições, normas, preceitos – escritos e não escritos –, de como as tarefas ou funções organizacionais devem ser conduzidas. Essas regras refletem os valores e as crenças da organização e procuram a excelência na gestão.



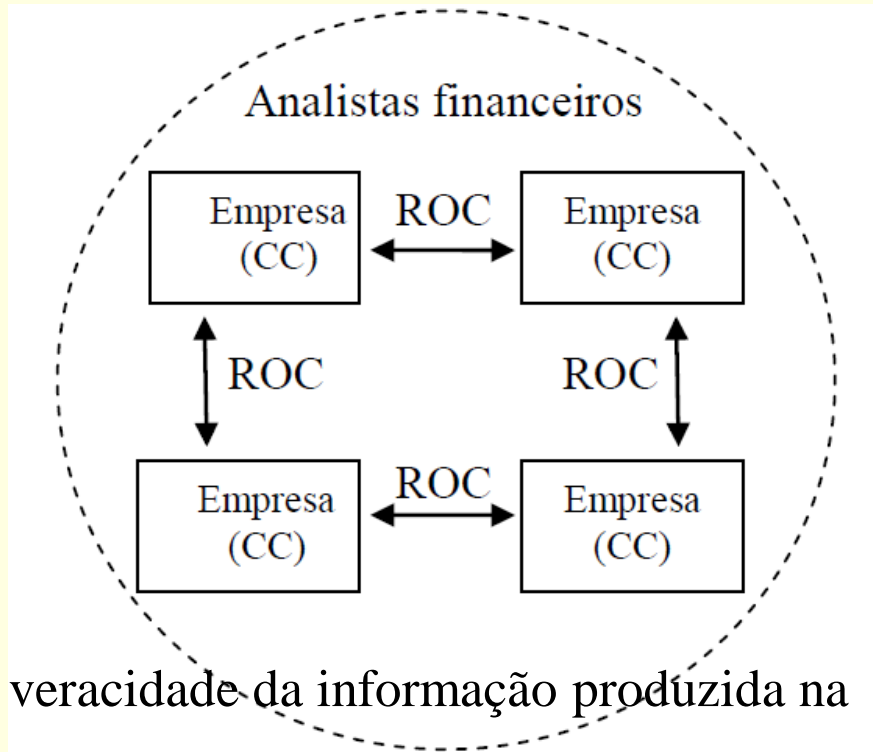
É o saber fazer, o qual corresponde a um conjunto de práticas resultantes de uma longa aprendizagem detida por um indivíduo ou conjunto de indivíduos.

3.4 Código deontológico

Um código deontológico é um conjunto de normas, comportamentos e obrigações que devem pautar a atuação de um profissional na sua prática diária sendo elaborado, normalmente, por uma associação representativa dessa profissão.

Logo, em todas as profissões deverá haver um código deontológico que oriente a ação dos profissionais de forma a defender os interesses do próprio, da associação e que honre a profissão.

4. Mercado da informação financeira



O CC garante a veracidade da informação produzida na empresa;

O ROC é o guardião da verdade da informação entre as entidades auditadas.

Os analistas financeiros utilizam a informação produzida pelo CC e validada pelo ROC, numa interdependência destas três classes profissionais.

5. Nota final

Não pretendemos apresentar certezas numa temática tão sensível e não consensual, sujeita a controvérsias, todas elas com razões de ser objetivas.

Pelo contrário, temos a certeza que o caminho se faz caminhando, pelo que existirão erros de raciocínio, mas isso não nos pode inibir de dar um primeiro passo na integração de conceitos oriundos de outras ciências sociais na ética nos negócios, com medo das críticas.

Sabemos, apenas, que não há substitutos para pessoas responsáveis e conscientes que fazem as coisas certas!

Bem hajam!