

**RESPONSIBLE BUSINESS**

Ética de Negócios:

As questões fundamentais em torno do código de ética

Existe um consenso crescente entre os stakeholders das empresas e a sociedade em geral nos termos do qual o simples cumprimento das regras legais não é suficiente para colmatar as exigências de integridade das empresas. Além disso as regras legais recorrem com frequência a conceitos vagos, sendo a ética útil também para concretizar as práticas exigíveis.

Bruno
Ferreira

A este respeito pensamos que devem ser consideradas pelos gestores as questões fundamentais identificadas em seguida:

1. A empresa dispõe de um código de ética claro, sucinto e aplicável em situações concretas?

É o aspeto mais básico para procurar assegurar o comportamento dos colaboradores: tem de existir um documento que seja claro quanto às condutas exigíveis em concreto. Deverá tratar do tema transversalmente, devendo ser relevante por exemplo para efeitos de recrutamento, avaliações periódicas e feedback e de atuação no dia-a-dia. A criação de uma cultura obriga a uma comunicação permanente, incluindo por exemplo, divulgação em ecrãs nas respetivas instalações de excertos do código e/ou a realização de conversas sobre o mesmo (envolvendo toda a empresa ou apenas membros de uma mesma equipa). O escopo do código deverá cobrir relações entre colaboradores da empresa, assim como relações com terceiros, nomeadamente clientes e fornecedores.

2. A gestão de topo dá visibilidade à posição oficial da empresa sobre ética de negócios e ao próprio código de ética?

Estudos comprovam que a liderança pelo exemplo não é um mito. Assim, os membros da gestão de topo deverão atuar de acordo com os padrões éticos oficialmente apregoados pela empresa, incorporar considerações éticas nas respetivas comunicações, participar em conversas, mais ou menos formais, sobre ética na empresa, elogiar comportamentos com impacto positivo em termos éticos e exercer em geral as suas funções sem nunca descuidar considerações éticas. Os próprios gestores de topo deverão estar sujeitos a um sistema de avaliação que incorpore critérios de índole ética, tal como quaisquer outros colaboradores.

3. A empresa acompanha os desenvolvimentos sobre ética de negócios?

O código de ética deve ser objeto de revisão e atualização periódica e devem ser afetos recursos ao estudo e acompanhamento do tema, não apenas avaliando a concreta eficácia prática das regras mas também identificando novas iniciativas, tal como a publicação de novos princípios sobre ética por entidades com reputação no setor e novos estudos/artigos sobre o tema.

"O código de ética deve ser objeto de revisão e atualização periódica e devem ser afetos recursos ao estudo e acompanhamento do tema."

4. A empresa conta com canais de comunicação adequados para efeitos de denúncia de comportamentos eticamente reprováveis?

É natural que um colaborador se sinta inibido de comunicar um comportamento por parte de um colega que contrarie o código de ética ou que se configure como eticamente reprovável. Esta dificuldade aumenta quando se trata de um comportamento de um superior hierárquico. Assim, é indispensável a criação de canais de comunicação confidenciais que proporcionem um ambiente seguro para os colaboradores, garantindo, se o desejarem, o seu anonimato.

5. Está previsto um plano de reação caso a empresa se veja envolvida num escândalo com implicações éticas?

O atual ambiente mediático e social tem feito com que os órgãos de comunicação social, as organizações cívicas e os cidadãos em geral estejam cada vez atentos a questões éticas e que consequentemente a existência de escândalos mediáticos possa ter um impacto significativo na reputação da empresa no mercado em que atue, perante clientes e investidores. É por isso importante que a empresa esteja preparada para atuar se as medidas preventivas se revelarem insuficientes. A tomada imediata de iniciativas no sentido de identificar a origem do problema, bem como o lançamento imediato de uma investigação interna e o estabelecimento de uma equipa de trabalho com elementos internos e externos em que cada pessoa já sabem quais são as tarefas que devem ser cumpridas pode fazer a diferença na gestão da reputação da empresa no momento em que se vê ameaçada e na extensão dos danos a que pode estar sujeita.

O elenco de questões ora apresentado constitui um exemplo, não dispensando uma consideração caso-a-caso, atentas as características particulares da empresa relevante. ■

"É importante que a empresa esteja preparada para atuar se as medidas preventivas se revelarem insuficientes."