

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E
CONTABILIDADE
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA

HUDSON DE AZEVEDO

**CÓDIGO DE CONDUTA: GRAU DE ADESÃO ÀS RECOMENDAÇÕES DO IBGC
PELAS EMPRESAS LISTADAS NA BM&FBOVESPA**

FORTALEZA

2010

HUDSON DE AZEVEDO

**CÓDIGO DE CONDUTA: GRAU DE ADESÃO ÀS RECOMENDAÇÕES DO IBGC
PELAS EMPRESAS LISTADAS NA BM&FBOVESPA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

**Orientadora: Prof^a Dr^a Márcia Martins
Mendes De Luca**

FORTALEZA

2010

HUDSON DE AZEVEDO

**CÓDIGO DE CONDUTA: GRAU DE ADESÃO ÀS RECOMENDAÇÕES DO IBGC
PELAS EMPRESAS LISTADAS NA BM&FBOVESPA**

Dissertação submetida à Coordenação do Curso de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Administração e Controladoria.

Aprovado em ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Professora Dra. Márcia Martins Mendes De Luca (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará

Professora Dra. Sandra Maria dos Santos
Universidade Federal do Ceará

Professora Dra. Ana Vlândia Cabral Sobral
Faculdade Christus

À Ana pela compreensão e apoio aos meus projetos pessoais e profissionais sempre regados com muito amor e carinho numa união de vida que já transpassa mais da metade das nossas existências. Aos nossos filhos Jackeline e Rodrigo, os melhores resultados dessa nossa convivência.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais Celina e Heraclides (*In memoriam*) pelos exemplos de vida, amor e educação que me propiciaram.

À minha orientadora Professora Dra. Márcia Martins Mendes De Luca pelos ensinamentos, paciência, compreensão e objetividade ao longo dessa jornada.

Às Professoras doutoras Sandra Maria dos Santos e Ana Vlândia Cabral Sobral, integrantes da banca, pelas sugestões de melhorias do meu trabalho.

Aos demais professores da FEAAC e aos colegas de mestrado pelo auxílio na busca comum por novos conhecimentos e por propiciarem a ampliação da minha rede de relacionamentos e de amizades e, em especial, ao Allan Holanda, pela ajuda inestimável.

RESUMO

No decorrer da década atual, escândalos financeiros envolvendo grandes corporações multinacionais, analisáveis à luz da teoria da agência, reforçam a necessidade de se priorizar a ética nos negócios. Convergente com os objetivos éticos, o mundo empresarial conta ainda com um conjunto de princípios, processos e práticas conhecidos como Governança Corporativa. Assim, a conjugação de ética e governança corporativa pode ser fator decisivo para o sucesso empresarial. Como canais orientadores, Códigos de Conduta ou Códigos de Ética expõem os comportamentos morais e éticos desejáveis. Esta pesquisa buscou investigar, o grau de adesão às recomendações do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) pelas empresas listadas na BM&FBovespa para elaboração de um código de conduta empresarial. Como hipóteses, assumiu-se que os segmentos diferenciados da BM&FBovespa (NDGC) – Novo Mercado (NM), Nível 2 (N2) e Nível 1 (N1) – apresentariam um grau de adesão superior ao do segmento Tradicional Bovespa (TB) e que, da mesma forma, os setores regulados apresentariam grau de adesão superior aos dos setores não regulados. Em sua tipologia, a pesquisa é descritiva quanto aos fins e quantitativa quanto à natureza, adotando-se os procedimentos bibliográfico e documental. A obtenção dos dados dos códigos das empresas se efetivou através de acessos aos *sites* institucionais. Verificou-se que é baixo o percentual das empresas listadas na BM&FBovespa que divulgam, através da *Internet*, seus códigos de conduta/ética, pois, no universo de 419 empresas, apenas 166 (39,61%) assim o fazem. No que se refere ao grau de adesão às recomendações do IBGC (2009) quanto aos assuntos que devam compor o código de conduta/ética das organizações, o resultado geral mostrou um percentual de adesão de 52,24%. A análise estatística, através do Teste de Médias, apresentou um maior grau de adesão às recomendações do IBGC para o segmento NM em relação ao segmento N1. Os testes de médias entre os demais segmentos apresentaram resultados estatisticamente equivalentes não se confirmando assim, na totalidade, as premissas de que os segmentos diferenciados de governança da BM&FBovespa apresentariam um maior grau de adesão às práticas recomendadas pelo IBGC quando comparadas com segmentos com menor nível de exigência. Através da Análise de Correspondência (ANACOR), constatou-se que o setor “Utilidade Pública” apresentou o maior grau de adesão às recomendações do IBGC e que, “Bancos e Outros” apresentou o menor grau, confirmando parcialmente a hipótese de que setores regulados apresentariam maior grau de adesão às recomendações do IBGC quando comparados com setores não regulados. Ainda, através da “ANACOR”, constatou-se que o segmento TB foi o que obteve o maior grau de adesão às recomendações do IBGC e que o N1 obteve o menor grau, não se confirmando a hipótese de que os segmentos NDGC apresentariam resultados superiores ao do segmento TB.

Palavras-chave: Ética. Governança corporativa. Código de conduta.

ABSTRACT

During the current decade, scandals involving major multinational corporations, analyzable in light of the agency theory, reinforce the need to prioritize business ethics. Convergent with the ethical goals, the business also has a set of principles, processes and practices known as Corporate Governance. Thus, the combination of ethics and corporate governance can be a decisive factor for business success. As guiding channels, Codes of Conduct or Codes of Ethics expose the moral and ethical behaviors desirable. This research investigated the level of adherence to the recommendations of the Brazilian Institute of Corporate Governance (IBGC) by companies listed on BM&FBovespa to prepare a code of business conduct. As hypotheses, it was assumed that the different segments of the BM&FBovespa (NDGC) - New Market (NM), Level 2 (L2) and Level 1 (N1) - would show a level of adherence higher than the Traditional Bovespa segment (TB) and, likewise, the regulated sectors would show a level of adherence higher than the non-regulated sectors. The typology of the research is descriptive regarding its finality and quantitative in respect to its nature, adopting the bibliographic and documental procedures. The data collection of the companies codes was performed by accessing the institutional websites. It was verified that is still low the percentage of companies listed on BM&FBovespa that disseminate, through the Internet, their codes of conduct / ethics, since in the universe of 419 firms, only 166 (39.61%) do so. Regarding the level of adherence to the recommendations of IBGC (2009) on topics that should compose the code of conduct/ethics of the organizations, the overall result showed an adherence percentage of 52.24%. Statistical analysis, through the average tests, showed a higher level of adherence to the recommendations of IBGC for the NM segment compared to the N1 segment. Tests of means among other segments were statistically equivalent and didn't confirm this way, in the whole, the assumptions that the different segments of governance of BM&FBovespa would show a greater level of adherence to best practices by IBGC compared with segments with lower requirement. Through the Correspondence Analysis (ANACOR), it was found that the sector "public utility" had the highest level of adherence to the recommendations of IBGC and that "banks and other" got the lowest grade, partially confirming the hypothesis that regulated sectors would show a higher level of adherence to the IBGC recommendations compared to non-regulated sectors. Still, through the "ANACOR", it was found that the TB was the segment that showed the highest level of adherence to the recommendations of IBGC and the N1 had the lowest level, not confirming the hypothesis that the NDGC segments would show better results than the TB segment.

Keywords: Ethics. Corporate governance. Code of conduct.

LISTA DE QUADROS

01. Nascimento e desenvolvimento das doutrinas éticas ao longo da história.....	25
02. Princípios de governança corporativa da OCDE.....	54
03. Comparação entre as recomendações dos principais códigos de governança.....	60
04. Assuntos que devem constar no código de conduta das organizações segundo o IBGC	62
05. Empresas brasileiras emissoras de ADRs (NYSE) que divulgam seus códigos de conduta/ética.....	83

LISTA DE TABELAS

01.	Universo e amostra distribuídos por segmentos de listagens da BM&FBovespa.....	81
02.	Quantidade de empresas e os segmentos de listagens da BM&FBovespa.....	82
03.	Quantidade de empresas de capital internacionalizado por segmento de listagem da BM&FBovespa.....	83
04.	Título do código utilizado pelas empresas distribuídos por segmentos da BM&FBovespa.....	84
05.	Distribuição da amostra conforme classificação setorial da BM&FBovespa	86
06.	Assuntos recomendados pelo IBGC (2009) presentes nos códigos analisados – classificação em ordem crescente.....	87
07.	Empresas com código com maior grau de adesão às recomendações do IBGC (2009).....	89
08.	Assuntos constantes nos códigos das empresas com maior grau de adesão às recomendações do IBGC (2009).....	90
09.	Empresas com códigos com menor grau de adesão às recomendações do IBGC (2009).....	90
10.	Assuntos constantes nos códigos das empresas com menor grau de adesão às recomendações do IBGC (2009)	91
11.	Quantidade e percentuais de adesão aos assuntos recomendados pelo IBGC pelas empresas listadas na BM&FBovespa.....	92
12.	Teste de Normalidade de Kolmogorov-Smirnov.....	93
13.	Resultado do Teste de Médias.....	94
14.	Resultado do Teste Qui-Quadrado.....	95

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	ÉTICA.....	17
2.1	Ética e Moral.....	18
2.2	Antecedentes Históricos.....	20
2.3	Dilemas Éticos no Contexto Contemporâneo.....	27
2.4	Ética Empresarial.....	30
2.5	Código de Conduta.....	34
3	GOVERNANÇA CORPORATIVA.....	45
3.1	Teoria da Agência.....	47
3.2	Governança Corporativa: Concepções e Princípios.....	51
3.3	IBGC.....	57
3.3.1	Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa.....	58
3.3.2	Diretrizes de Conduta do Código do IBGC.....	62
4	METODOLOGIA.....	76
4.1	Tipologia da Pesquisa.....	77
4.2	População e Amostra.....	78
4.3	Coleta de Dados.....	79
4.4	Tratamento dos dados.....	80
5	RESULTADOS DA PESQUISA.....	83
6	CONCLUSÃO.....	102
	REFERÊNCIAS.....	105
	APÊNDICE A - Obrigações adicionais à legislação para adesão aos níveis de governança corporativa da BM&FBovespa	115
	APÊNDICE B - Instrumento de coleta de dados.....	116
	ANEXO A - Empresas pesquisadas.....	123
	ANEXO B - Empresas brasileiras emissoras de ADRs (NYSE).....	130
	ANEXO C - Classificação setorial (BM&FBovespa).....	131

1. INTRODUÇÃO

O crescimento das organizações, processo observado com maior ênfase a partir da era industrial clássica (1900-1950) e consolidado no transcurso da era industrial neoclássica (1950-1990) (MOTA; ANJOS; RUSCHMANN, 2003), determinou a necessidade de profissionalização da gestão. Nesse novo cenário, o proprietário não consegue ou não tem interesse, como em casos de sucessões, em administrar diretamente todo o complexo empresarial e para tanto depende de pessoas e as contrata com esse propósito específico.

A separação das atividades de gestão da propriedade, observada originalmente em 1932 por Berle e Means e apresentada através da obra *The modern corporation and private property* (BERLE; MEANS, 2007), trouxe consigo novos desafios ao desenvolvimento organizacional. De modo geral, o interesse maior do proprietário centrava-se, primordialmente, na maximização de resultados para o capital investido. Contudo, com a ascensão e a tomada de poder pela gestão, surgem novos objetivos que não se limitam e nem se compatibilizam com os dos proprietários.

Emergem então conflitos que se convencionou chamar de “conflitos de agência” os quais residem basicamente na divergência de interesses entre proprietários (principal) e administradores (agentes) ou entre acionistas controladores e acionistas minoritários. Jensen e Meckling (2000) definiram a relação de agência como um contrato entre o principal (uma ou mais pessoas) e o agente (pessoa contratada) e pelo qual o agente irá desempenhar alguma tarefa em favor do principal, situação essa que envolve a delegação de autoridade pelo principal em favor do agente.

No curso desse tipo de relação, os conflitos decorrem da natural tendência à maximização de resultados por ambas as partes. Visando limitar essas divergências, os acionistas (principal) recorrem a mecanismos de controle sobre a atuação do agente. Jensen e Meckling (2010) chamam atenção ainda para o fato de que os custos de monitoramento, interno e externo, recaem sobre o proprietário o qual tem interesse de que essa ação seja feita a preço mínimo.

Segundo Andrade e Rossetti (2009), os conflitos de agência são as razões fundamentais do despertar da Governança Corporativa, porém não são as únicas. Do ponto de vista interno, afora os conflitos de agência, novas condições no mundo dos negócios exigiam mudanças nas práticas de alta gestão. Do ponto de vista externo, mudanças no macroambiente e no ambiente de negócios e as revisões institucionais como a criação de mercados

globalizados ajudaram a conduzir a governança corporativa a uma posição de alta relevância entre as práticas mais modernas e mais avançadas de alta gestão.

Uma das mais importantes dimensões da governança corporativa são os princípios, os quais lhe dão sustentação, amarrando concepções, práticas e processos de alta gestão. Dentre os mais importantes têm-se: i) *Fairness*: senso de justiça no tratamento dos acionistas; ii) *Disclosure*: transparência das informações, especialmente das de alta relevância, que impactam os negócios e que envolvam resultados, oportunidades e riscos; iii) *Accountability*: prestação responsável de contas; iv) *Compliance*: conformidade no cumprimento de normas reguladoras (ANDRADE; ROSSETTI, 2009).

O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa - IBGC inclui ainda o princípio da Responsabilidade Corporativa ao destacar que “os agentes de governança devem zelar pela sustentabilidade das organizações, visando à sua longevidade, incorporando considerações de ordem social e ambiental na definição dos negócios e operações” (IBGC, 2009, p. 19).

É orientação do IBGC, através de seu Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa (4ª edição, 2009), que o diretor-presidente – e por extensão a organização – deve garantir que sejam prestadas aos *stakeholders* as informações de interesse daqueles. Tais informes não devem se restringir ao que a lei ou o regulamento obriguem, contemplando, além do desempenho econômico-financeiro, os demais fatores (inclusive intangíveis) que norteiam a ação gerencial e que conduzem à criação de valor.

Deve ser assegurada ainda uma comunicação clara e em linguagem acessível ao público-alvo. Essa comunicação deve ser realizada, buscando-se, inclusive, o uso da rede mundial de computadores e outras tecnologias, de modo a garantir rapidez e ampla difusão das informações.

Ainda em seu Código, o IBGC (2009) sugere, afora o respeito às leis do país, que as organizações devam elaborar um Código de Conduta. Esse documento, com o qual devam se comprometer todos os membros da organização deve seguir os princípios e políticas definidas pelo Conselho de Administração e definir também as responsabilidades sociais e ambientais a serem seguidas pela empresa.

Operações com partes relacionadas, conflito de interesses e informações privilegiadas são alguns dos assuntos que compõem o rol de recomendações do IBGC (2009) para a elaboração do código de conduta da organização. É da essência dos itens citados a função de tentar minimizar os problemas de agência, contrapondo-se à falta de proteção aos minoritários, ao risco moral, à assimetria da informação, dentre outros. De modo geral, as

questões éticas permeiam todos os assuntos recomendados pelo Instituto, destacando-se ainda itens como nepotismo, privacidade, assédio moral e sexual, dentre outros.

De acordo com Securato (2003), atualmente as empresas que se preocupam com sua reputação estão dando maior importância às questões éticas. Particularmente, as grandes companhias abertas estão sob pressão de seus conselheiros para serem e parecerem empresas guiadas por princípios éticos. Percebe-se que a ética deixou de se subordinar ao departamento jurídico e à ação de advogados para se tornar uma questão à parte. A ética, então, tornou-se uma atividade corporativa voltada para a reputação da companhia.

Para Bucheroni *et al.* (2010), “o simples fato de inserir o aspecto humano nas práticas de governança corporativa pode levar as empresas a abrir sua visão e a incorporar ações éticas, com alto grau de transparência, em seus planos estratégicos”. Os autores acrescentam ainda que esse possa ser um assunto a ser tratado em fóruns sobre estratégia e sustentabilidade empresarial.

Em nível nacional, diversos trabalhos, entre esses os de Almeida, Scalzer e Costa (2008), Assad (2007), Boeira (2005), Bondarik, Pilatti e Francisco (2006), Camargo e Coutinho (2008), Escuder e Tinoco (2008), Kitagawa e Ribeiro (2006), Lameira, Ness Junior e Macedo-Soares (2007), Ramos e Quelhas (2008), Silva e Gomes (2008) e Srour (2005) têm abordado temas como a adesão aos Níveis Diferenciados de Governança Corporativa da BM&FBovespa, o Código de Ética, a Ética Empresarial, a Teoria da Firma e a Governança Corporativa. Quanto a esse último tema, maior ênfase tem sido dada a questões referentes à adoção das melhores práticas de governança corporativa, em especial ao *disclosure* e aos reflexos financeiros (valor das ações) que tais práticas possam propiciar às empresas.

O Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios (2010) vem realizando pesquisas (2006-2010) sobre códigos de ética empresarial. Até 2009, o resultado final do estudo considerava, tão somente, os dados referentes àquelas empresas que disponibilizassem seus Códigos de Ética nos respectivos *sites* institucionais. A partir da edição 2010, o Instituto passou a incluir, no seu relatório final, todas as empresas constantes do universo pesquisado (500 maiores empresas e 50 maiores instituições financeiras), indicando quais as que possuem código (41%) e quais as que não possuem ou não disponibilizam esse documento no respectivo *site* institucional (INSTITUTO BRASILEIRO DE ÉTICA NOS NEGÓCIOS, 2010).

A BM&FBovespa – atualmente a única bolsa de ações em operação no Brasil – criou, a partir do ano 2000, segmentos diferenciados de classificação para empresas listadas naquela bolsa (BM&FBOVESPA, 2010a). Novo Mercado (NM), Nível 2 (N2) e Nível 1 (N1)

de Governança Corporativa que se constituem em segmentos de adesão voluntária para empresas que se comprometam a apresentar e oferecer ao mercado condições que vão além daquelas que a lei determina, no que se refere às melhores práticas de governança corporativa (Apêndice A). Para fins desse estudo, os segmentos NM, N2 e N1 são chamados de NDGC (Níveis Diferenciados de Governança Corporativa) e o Mercado Tradicional Bovespa é identificado como TB.

Considerando a relação entre as questões éticas e de conduta nas organizações e as boas práticas de governança corporativa, a pesquisa se fundamenta em encontrar resposta para o seguinte questionamento: Qual o grau de adesão às recomendações para o código de conduta preconizadas pelo IBGC, nas empresas listadas nos Níveis Diferenciados de Governança Corporativa (NDGC) e Tradicional Bovespa (TB) da BM&FBovespa?

Tendo em vista que as companhias listadas no conjunto de segmentos NDGC da BM&FBovespa aderem, contratualmente, a um conjunto de regras genericamente chamadas de “boas práticas de governança corporativa”, assume-se como hipótese do trabalho que nas empresas listadas nesse conjunto de segmentos é maior a adesão às recomendações do IBGC sobre código de conduta, quando comparadas com as empresas do segmento TB da BM&FBovespa.

De modo geral, as atividades das sociedades anônimas são reguladas e fiscalizadas pela Comissão de Valores Mobiliários-CVM (CVM, 2010a). No caso de empresas de capital aberto (ações negociadas em bolsa) suas atividades, no Brasil, subordinam-se ainda às regras da BM&FBovespa. Afora esses controles gerais, alguns setores econômicos específicos têm suas atividades reguladas e fiscalizadas por agências reguladoras. Como exemplos, o setor de combustíveis é acompanhado pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis - ANP, o setor de energia elétrica vincula-se à Agência Nacional de Energia Elétrica - ANEEL e o setor de Telecomunicações à Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL (ANP, 2010; ANEEL, 2010; ANATEL, 2010). Assim, outra hipótese assumida no presente trabalho é a de que as organizações vinculadas a setores regulados apresentam um maior grau de adesão às recomendações do IBGC quando comparadas com empresas vinculadas a setores não regulados.

Diante do exposto, a pesquisa tem como objetivo geral investigar o grau de adesão às recomendações para o código de conduta preconizadas pelo IBGC, por parte das empresas listadas na BM&FBovespa.

Como objetivos específicos, destacam-se:

- a) Identificar, dentre as empresas que compõem o universo da pesquisa, quais as que possuem e divulgam o código de conduta/ética;
- b) Comparar o grau de adesão às recomendações do IBGC sobre código de conduta entre as empresas listadas por segmento da BM&FBovespa (NDGC e TB);
- c) Comparar o grau de adesão às recomendações do IBGC sobre código de conduta entre as empresas listadas por setor de atuação, segundo classificação da BM&FBovespa.

Quanto à metodologia, esta pesquisa se classifica como quantitativa, assumindo um caráter descritivo quanto aos objetivos. Para a sua consecução, foram utilizados, como procedimentos de coleta de dados, a pesquisa bibliográfica em fontes secundárias como, livros, artigos, periódicos, teses, publicações avulsas e sítios de instituições relacionadas ao tema e a pesquisa documental, principalmente, junto aos *websites* de instituições ligadas aos temas pesquisados (IBGC, ETHOS, OCDE, BM&FBovespa etc.) e, em especial, aos das empresas objeto da pesquisa.

A presente pesquisa trata da relação entre a abrangência das regras de conduta sugerida pelo IBGC (2009) no seu Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa (item 6.1.1.) e as efetivas disposições constantes nos códigos de ética/conduta das empresas listadas nos segmentos Níveis Diferenciados de Governança Corporativa (NM, N2 e N1) e no Tradicional Bovespa (TB) da BM&FBovespa e justifica-se pelo crescente interesse que os temas ética e governança corporativa – os quais são analisados em maior profundidade nas seções 2 e 3 seguintes – vêm despertando junto ao mundo corporativo e à sociedade global.

Nesse contexto, o código de conduta/ética, foco de investigação dessa pesquisa, surge como instrumento objetivo por meio do qual a organização pauta suas ações e dos seus *stakeholders*, servindo, ora como um guia de conduta com foco interno (questões de ordem administrativa) ora como um conjunto de princípios com foco tanto no ambiente interno como no externo (questões de ordem moral).

O trabalho divide-se em 6 seções mais referências e apêndices/anexos. Na primeira seção, que se constitui na presente introdução, é apresentado um panorama geral dos temas a serem abordados, da questão de pesquisa, hipótese e objetivos. Por fim, é descrita a metodologia e a organização do trabalho.

Na seção 2 apresenta-se o tema Ética. Preliminarmente, faz-se uma trajetória histórica desde as origens, na antiguidade, até os dias atuais. São destacados ainda pontos específicos como Ética e Moral, Dilemas Éticos no Contexto Contemporâneo, Ética Empresarial, e Códigos de Conduta.

A seção 3 contempla o tema Governança Corporativa. Partindo das origens, aborda-se a Teoria de Agência, para, no momento seguinte, explorar melhor os conceitos da governança. A seção é completada com informações sobre o IBGC e suas recomendações para os assuntos que devem compor um código de conduta empresarial os quais são conceituados um a um.

A metodologia compõe a seção 4. Nessa seção são apresentados os passos iniciais do trabalho de pesquisa (bibliográfica e documental) assim como a forma como os dados foram analisados quantitativamente.

Os resultados da pesquisa e suas respectivas análises fazem parte da seção 5.

A seção 6 apresenta a conclusão do trabalho. Nessa seção, constam informações adicionais sobre as limitações do trabalho, assim como sugestões para futuras pesquisas.

2 ÉTICA

Ao se estudar “ética”, o primeiro desafio que se apresenta é o da conceituação do termo. Diversas definições são apresentadas na literatura as quais podem variar de acordo com o autor, com o contexto histórico ou com a área de estudo. Até mesmo a análise epistemológica do termo apresenta possibilidades díspares:

O termo grego *ethiké* apresenta uma dupla etimologia, já notada por Aristóteles, o qual o relaciona com *éthos*, escrito com a vogal longa eta (η), que tem o sentido de **caráter**, e com *êthos*, escrito com a vogal breve epsilon (ε), que tem o sentido de hábito ou costume (SANTOS, 2005, p. 14).

“Ética, no senso comum, se refere a um conjunto de regras e princípios que procuram classificar a conduta humana como correta ou equivocada”. Sobre a origem do termo tem-se ainda: “No sentido epistemológico, a palavra “ética” vem do grego “*ethos*” que quer dizer morada, onde nós nos sentimos em casa, protegidos, conhecedor de todos e das regras e conhecido por todos” (PAI, 2008, p. 91).

De acordo com Srour (2008, p. 14), “O termo “ética” origina-se do grego *ethos* que vem a ser o caráter distintivo, os costumes, os hábitos e valores de uma determinada coletividade ou pessoa”

Enquanto disciplina, ou mesmo ciência, também são apresentadas definições distintas para o termo. Segundo Vázquez (2010, p. 23), “a ética é a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade”. Enquanto ciência, a ética se ocupa de um objeto próprio, qual seja a moral. Deve ainda aspirar à racionalidade e à objetividade mais completa e, ao mesmo tempo, proporcionar conhecimentos sistemáticos, metódicos e, dentro do possível, comprováveis. (VÁZQUEZ, 2010).

Srour (2008), ao analisar as controvérsias das acepções, apresenta três sentidos distintos ao descrever “ética”: i) descritivo ou factual; ii) prescritivo ou normativo e iii) reflexivo ou teórico. O primeiro (descritivo ou factual) designa o que se pratica do ponto de vista moral. Cita como exemplo as expressões “falta de ética” ou “pessoas éticas”, no lugar da falta de escrúpulos ou pessoa de bem, respectivamente.

O segundo sentido (prescritivo ou normativo) é composto por um conjunto de preceitos que estabelecem e justificam normas e deveres. Como exemplos têm-se “ética protestante” “ética da empresa” ou “ética médica”. Esse sentido equivale à moral como sistema de normas, código de conduta social (escrita ou não) (SROUR, 2008).

O terceiro sentido (reflexivo ou teórico) reporta ao estudo sistemático dos fundamentos e dos pressupostos morais. Diz das concepções filosóficas da ética – “ética das virtudes” de Aristóteles ou “ética dos princípios” de Kant, assim como das teorias científicas de Max Weber – “ética da convicção” e “ética da responsabilidade”. Teorias essas que permitem categorizar a ética como ciência da moral ou como estudo da moralidade (SROUR, 2008, p. 14).

Enquanto a tradição secular, que remonta aos gregos (em especial, Sócrates, Platão e Aristóteles), confina a ética a uma área ou tema da filosofia, tendendo assim a ser normativa e prescritiva, a abordagem científica (Max Weber, início do século XX) é descritiva e explicativa e se configura como discurso demonstrativo.

A diversidade de sentidos da ética, todavia, desemboca em uma recorrência inescapável: a ética é comumente convertida em um valor e serve para qualificar as organizações (“empresa ética”), os agentes (“sujeito ético”) e os comportamentos (“conduta ética”). (SROUR, 2008, p. 15).

Srouer (2008, p. 15) vê o sentido do “valor” como um “grave problema” visto que associa à ética a realidade histórica, subtraindo-lhe o caráter científico que remete a um corpo de conceitos de validade e aplicações universais.

De modo geral, o que se acentua é a existência de um duplo sentido para o conceito “ética” (caráter ou costume), o qual é analisado a seguir, abordando-se as diferenças e semelhanças entre ética e moral.

2.1 Ética e Moral

Em linguagem corrente é comum a tomada dos termos *ética* e *moral* como sinônimos. É possível que esse fato decorra da própria origem (etimologia) dos termos. Assim, analisando os termos sob o aspecto etimológico, Vázquez (2010, p. 24) se posiciona:

Certamente *moral* vem do latim *mos* ou *mores*, “costume” ou “costumes” no sentido de conjunto de normas ou regras adquiridas por hábito [...] *Ética* vem do grego *ethos*, que significa analogamente “modo de ser” ou “caráter” enquanto forma de vida também adquirida ou conquistada pelo homem.

Ainda de acordo com aquele autor, originariamente *ethos* e *mos* “caráter” e “costume” se assentam em um modo de comportamento que não corresponde a uma disposição natural, mas que é adquirido ou conquistado pelo hábito. O significado etimológico não fornece o significado atual dos dois termos, mas serve para situar o comportamento moral no terreno humano: “o componente moral pertence somente ao homem

na medida em que, sobre sua própria natureza, cria esta segunda natureza, da qual faz parte a sua atividade moral” (VÁZQUEZ, 2010, p.25).

Conforme Assad (2007, p.15), “O termo *mos*, *moris*, originário do latim, que significa costumes ou costume, e que deu origem ao termo moral, foi usado para traduzir os termos gregos *éthos* e *êthos* (*ethiké*), relativos à ética”.

Assim, para alguns estudiosos, é correta a tomada dos dois termos como sinônimos.

Para Grace e Cohen (1998) as raízes do termo “ética” emanam da palavra “ethikos”, do grego antigo, que significa “a autoridade do costume e tradição”, e argumentavam, eloqüentemente, que se pode aceitar “ética” e “moral” como sinônimos (ASSAD, 2007, p. 15).

Há, no entanto, outra corrente que prega o uso distinto para os termos. Enquanto *moral* diz-se de um conjunto de regras aplicadas a um determinado grupamento social e dentro de um contexto de espaço e de tempo definidos, portanto mutável, a *ética* busca estabelecer princípios constantes e universalmente válidos de valorização e de condução da vida (SROUR, 1998).

“Como disciplina teórica, a ética sempre fez parte da filosofia e sempre definiu seu objeto de estudo como sendo a moral” (SROUR, 1998, p. 271). Ética e moral não se confundem havendo equívoco nas expressões já consagradas de “ética católica”, “ética protestante”, “ética liberal” etc. Assim, o correto seria “moral católica”, “moral protestante” etc., haja vista referirem-se a um conjunto de normas e valores inseridos em um contexto histórico próprio (SROUR, 1998, p. 270).

Para Daineze (2003, p. 5), “A moral é relativa, isto é, varia de sociedade para sociedade e pode mudar com o tempo, de acordo com as novas necessidades e relações que se estabelecem nesses grupos”. Não obstante seu caráter construtivo eminentemente social, a moral também é influenciada pelo indivíduo. É no plano individual que cada um decide se acata ou não as regras morais estabelecidas pelo grupo.

A moral se apresenta sob dois aspectos: um *normativo*, constituído pelas regras de como as pessoas devem se comportar, e o outro *factual*, decorrente das ações efetivamente realizadas. Logo, moral representa um conjunto de normas (construção grupal) e ao mesmo tempo a livre adesão dos indivíduos a essas normas. Assim, moral pressupõe liberdade. Liberdade essa que se verifica pela ação consciente do indivíduo com relação aos resultados, assumindo os riscos e as consequências de seus atos. Liberdade requer ainda a livre manifestação da vontade do agente (ausência de coação). Só assim, o indivíduo pode ser considerado moralmente responsável (DAINEZE, 2003).

A ética é teórica. E como teoria tem seu valor naquilo que explica e não no fato de prescrever ou recomendar ações em situação concreta. Sua função fundamental é explicar, esclarecer ou investigar uma determinada realidade, elaborando conceitos correspondentes. A ética é a ciência da moral, portanto não se deve confundir a teoria com o seu objeto: o mundo moral. A ética, por não ser a moral, não pode ser reduzida a um conjunto de normas e prescrições. Sua missão é explicar a moral efetiva e, dessa forma, pode influir na própria moral (VÁZQUEZ, 2010).

A ética, ainda por vezes interpretada como sinônimo de moral, aparece exatamente no instante em que se sente a necessidade de aprofundar o significado da moral. Geralmente, a ética apoia-se em outras áreas do conhecimento, como a filosofia, a sociologia, a antropologia e a história, para analisar o conteúdo da moral. Ela é o tratamento teórico em torno da moral e da moralidade. A ética também estuda a responsabilidade do ato moral. A decisão de agir numa situação concreta é um problema prático-moral, mas investigar se a pessoa pode escolher entre duas ou mais alternativas de ação e agir de acordo com sua decisão constitui um problema teórico-ético, pois verifica a liberdade ou o determinismo aos quais os atos estão sujeitos (RAMACCIOTTI, 2007).

Embora a análise etimológica dos termos ética e moral possam continuar apresentando pontos convergentes, o emprego dos mesmos na atualidade, em especial para o meio acadêmico e científico, não pode ser confundido como de igual conteúdo. Assim, para efeito deste trabalho toma-se moral como um conjunto de regras de convívio adotado ou adquirido por uma determinada sociedade e em determinado tempo (mutável), e ética como matéria abstrata (universal) a qual serve de referencial para uso pelo indivíduo, portanto individual, frente a situações (dilemas) que esse deva se posicionar dadas as condições morais de seu grupo.

2.2 Antecedentes Históricos

Concomitantemente a democratização da antiga Grécia (século V a.C.), os problemas éticos passam a receber uma atenção especial dos filósofos. Seus seguidores reagem contra o saber de então sobre o mundo por considerá-lo estéril. Concentram seus estudos num saber a respeito do homem, particularmente político e jurídico (VÁZQUEZ, 2010).

É, porém, a partir de Sócrates (470-399 a.C.) que o tema “ética” ganha destaque chegando, nos tempos atuais, ao patamar de ciência filosófica. Sócrates não deixou nada

escrito. Naquele tempo, a transmissão do saber era feita, essencialmente, pela via oral e, para Sócrates, que adotou a máxima *Conhece-te a ti mesmo*, a prioridade era sobre o que não se sabia. Tudo o que se tem a respeito de seu trabalho e pensamento foram repassados por seus discípulos, em especial Platão.

Platão (427-347 a.C.) continuou e ampliou os temas desenvolvidos por Sócrates. A ética de Platão está centrada na ideia do bem. Pela razão, faculdade superior e característica do homem, a alma se eleva ao mundo das ideias na busca da purificação. Porém, para se alcançar essa purificação é preciso praticar várias virtudes (o homem virtuoso). Entendia ainda que a *polis* é o terreno próprio da vida moral (VÁZQUEZ, 2010).

Afora a forma de escrever através de “diálogos”, Platão utilizou-se de mitos para explicar suas ideias, com destaque para o “mito da caverna”, narrado no Livro VII da obra *A República*. “O mito é particularmente significativo para a ética porque a ideia mais importante para o filósofo é a ideia do bem. O filósofo, liberto das correntes que o mantinham preso na caverna, ascende ao mundo inteligível” (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009, p. 12).

Para Aristóteles (384-322 a.C.), discípulo de Platão, a ética é a ciência de praticar o bem. O bem do homem é viver uma vida virtuosa e a virtude mais importante é a sabedoria. Segundo ele, toda a ação livre tem como finalidade um bem e o bem supremo do homem é a felicidade. “A essência da felicidade reside na vida contemplativa e intelectual: *a felicidade está na virtude*” (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009, p. 15). “A concepção ética de Aristóteles privilegia as virtudes (justiça, caridade e generosidade), tidas como propensas tanto a provocar um sentimento de realização pessoal àquele que as pratica, quanto simultaneamente a beneficiar a sociedade em que vive” (ASSAD, 2007, p. 17).

Duas outras correntes de pensamento, contemporâneas e antagônicas entre si, florescem na Grécia e em Roma no período que se seguiu a morte de Aristóteles (sec. IV e III a.C.), o estoicismo fundada por Zenão de Citio (334 - 262 a.C.) e o epicurismo fundada por Epicuro (341-270 a.C.).

O estoicismo e o epicurismo surgem no processo de decadência e de ruína do mundo antigo grego-romano, que se caracteriza pela perda de autonomia dos Estados gregos e pela organização, desenvolvimento e queda dos grandes impérios: primeiro o macedônio, e depois o romano (VÁZQUEZ, 2010, p. 274).

Para o estóico, o bem supremo é viver de acordo com a natureza, com a consciência do destino e da função que se tem no universo. Através da apatia e da imperturbabilidade, o homem sábio se firma contra suas paixões e reveses do mundo exterior e conquista sua liberdade interior. Assim, o indivíduo não necessita da comunidade como cenário da vida moral. O estóico vive sua moralidade como cidadão do cosmos, não da *polis*.

Alem de Zenão, na Grécia, outros expoentes do estoicismo foram Sêneca (4 a.C. – 65 d.C.), Epiteto (155 - 55 a.C.) e Marco Aurélio (121 – 180 d.C.), em Roma (VÁZQUEZ, 2010).

Já os seguidores da segunda corrente - os epicuristas - representada por Epicuro, na Grécia, e Tito Lucrécio Caro (93 - 53 a.C.), em Roma, difundem a ética do prazer, que, conforme seu fundador, significava não ter dor no corpo nem perturbação na alma.

Na prática, entretanto, o epicurismo conduziu sempre a esta simples conclusão: é lícito tudo aquilo que produz prazer. Essa seria a conclusão da ética. A única advertência é que essa procura de prazer deve fazer-se sem intranquilidade, com domínio de si mesmo, sem turbação (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009, p. 19).

Tanto para os estóicos como para os epicuristas a moral não mais se define em relação a *polis* e sim ao universo. O problema moral se dá em razão da necessidade física, natural, do mundo. Assim, a física é a premissa da ética (VÁZQUEZ, 2010).

Com a queda do Império Romano e a ascensão do Cristianismo como religião oficial de Roma (sec. IV d.C.) surge a ética cristã. Na ética cristã há uma subordinação da ética à religião, ou seja, uma ética dominada por parâmetros religiosos e dogmáticos com prevalência da teologia sobre a filosofia. A ideia central é de que perante Deus todos são iguais e que todos são chamados a fugir das imperfeições e injustiças terrenas através da ascensão a um plano superior, o reino dos Céus (ASSAD, 2007).

O que se observa é que a filosofia cristã, cujos maiores expoentes foram Agostinho (354-430) e Tomás de Aquino (1226-1274), ao mesmo tempo em que aproveita muitas das ideias da ética prudencial clássica, dando assim um caráter de continuidade, introduz modificações ao pensamento grego em consonância com a doutrina católica.

Devido à mesma continuidade, a ética cristã continua a ser, tal como a grega, uma ética da *felicidade* - *beatitude*, no contexto cristão – e da excelência das *virtudes*. Por outro lado, tal como acontece na ética grega, nomeadamente na dos Estóicos, a ética cristã encara uma harmonia com a *natureza* (criada por Deus) (SANTOS 2005, p. 28).

O final da idade média e início da idade moderna, num período histórico que, para a Europa, ficou conhecido como Renascimento, foi marcado pelo advento de grandes descobertas e mudanças no campo das ciências, das artes, das grandes navegações e da expansão das comunicações com desenvolvimento da imprensa escrita.

Com o Renascimento abre-se outra perspectiva em termos de ética e política. Na virada dos séculos XIII e XIV floresce uma época em que nas artes, na política, na literatura, na filosofia e na história os homens tomam consciência de sua época, de uma época de renovação espiritual, quando se libertam do jugo da filosofia escolástica (CASSIER, 2001 apud TONELLI, 2008, p. 66).

É ainda nesse contexto histórico que dois outros acontecimentos marcariam mudanças profundas no pensamento ético ocidental. Primeiro, a *revolução científica*, período que se dá a partir de quando Galileu, Kepler, Descartes, Newton, dentre outros pensadores do século XVII, iniciam suas descobertas. A partir desse período, a Ciência, que até então estava atrelada à Filosofia, separa-se desta e passa a ser um conhecimento mais estruturado e prático.

Segundo, a *reforma protestante*, iniciada por Martin Lutero, em 1517, e que se consolidou com o rompimento das Igrejas Anglicana e Católica, em 1531. “Na ordem espiritual, a religião deixa de ser a forma ideológica dominante e a Igreja Católica perde sua função de guia. Verificam-se os movimentos de reforma, que destroem a unidade cristã medieval” (VÁZQUEZ, 2010, p. 280).

Aquelas mudanças favorecem o surgimento de novas correntes de pensamento, entre as quais se destaca o *iluminismo*, o qual propicia nova visão sobre o homem e sua razão de existência. Segundo Vázquez (2010, p. 280), “O homem aparece, portanto no centro da política, da ciência, da arte, e também da moral. Ao se transferir o centro de Deus para o homem, este acabará por apresentar-se como o absoluto, ou como criador ou legislador em diferentes domínios, incluindo nestes a moral”.

Dentre os expoentes do iluminismo, surge o filósofo alemão Immanuel Kant (1724-1804). A ética, para Kant, fundamenta-se no dever. Para ele, aspirar ao *bem* é egoísmo e o egoísmo não pode fundamentar os valores morais. Assim, a única atitude não egoísta é a boa vontade, qual seja agir por obrigação, para cumprir um dever. Seguindo suas máximas, as pessoas deveriam tratar as outras sempre como um fim em si mesmo e não como meios para se chegar a outras coisas. Não fazer aos outros o que não se deseja a si próprio seria uma espécie de diretriz formal que encerraria todas as possibilidades de escolhas éticas, descrevendo-se a própria consciência humana (SILVA, 2007).

A crítica que é feita à doutrina Kantiana com relação à ética diz do seu rigorismo formal – a pura ética do dever pelo dever – e sua aplicação, pelo homem, a coisas e fatos que mudam em função das circunstâncias e dos tempos (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009, p. 20-22).

Jeremy Bentham (1748-1832) fundou o *utilitarismo*, corrente essa que teve em John Stuart Mill (1806-1873) o seu grande difusor. Para o utilitarismo, o objetivo maior da ética é a maior felicidade para o maior número de pessoas. A respeito de felicidade, Mill busca e resgata seu conceito no epicurismo, tratando-a como a presença do prazer e a ausência de dor (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009).

Max Weber (1864-1920), jurista e sociólogo alemão, em sua obra intitulada *Ciência e Política: Duas vocações*, apresenta duas teorias éticas por ele batizadas de: *a ética da convicção* – teoria dos deveres – e *a ética da responsabilidade* – teoria dos fins. A ética da convicção obedece a uma mecânica específica a qual postula que, para serem legítimas e justificadas, as decisões e ações devem seguir a risca os procedimentos requeridos a alinhar-se com as determinações sociais (WEBBER, 2010).

De forma simplificada, a máxima da teoria ética da convicção diz; “cumpra suas obrigações sociais” ou “siga as prescrições gerais”. Ou seja, indaga se a conduta adotada condiz com as expectativas públicas, se está conforme aos deveres ou às virtudes ensinadas (SROUR, 2008, p. 123).

O problema que se apresenta para essa teoria é a historicidade dos valores: como saber quais servem ao bem comum. A verdade, valor que se consagra universal, em determinadas situações, pode vir a ser falseada ou omitida buscando-se um objetivo justo. Contudo, a negação dessa verdade, independente da situação apresentada e dos fins buscados, será combatida pelos adeptos da ética da convicção. A crítica a esse rigorismo é a mesma que se faz a doutrina de Kant, para quem a mentira ou a omissão não se justificam em nenhuma circunstância.

A ética da responsabilidade permite que o agente adote posições em razão dos resultados esperados. Por indução, o agente é levado a refletir sobre a situação vigente, sobre os riscos envolvidos e sobre a relação custo-benefício. Espera que sua ação resulte em fins valiosos.

A teoria ética da responsabilidade [...] explica as decisões e as ações pelo conhecimento empírico de seus fins e de seu alcance, pelos efeitos previsíveis sobre os agentes afetados, e as justifica à medida que os resultados alcançados forem socialmente úteis; caso contrário, emite um juízo negativo e circunstanciado. Em outras palavras, confere legitimidade a condutas cujas consequências geram bem-estar geral (SROUR, 2008, p. 123).

A ética da responsabilidade se expressa sob duas vertentes (SROUR, 2008):

- a) a da *finalidade*: a bondade dos fins justifica as ações. Contudo, supõe que as ações empreendidas estejam orientadas pela racionalidade universalista e que todos os riscos tenham sido avaliados. Tem como máxima: “alcance objetivos gerais, custe o que for necessário”;
- b) a *utilitarista*: exige que as ações produzam o máximo de bem para o maior número. Isto é, venha a combinar a maior felicidade possível para a maior abrangência populacional. Sua máxima recomenda “faça o máximo de bem para mais gente”.

Nos últimos dois séculos passados (XIX e XX), a sociedade como um todo experimentou marcantes e profundas transformações, determinadas pelo progresso contínuo das ciências e da tecnologia. Mudanças essas que possibilitam, como no caso da evolução e

do crescimento do arsenal atômico, questionamentos sobre o futuro da humanidade e até mesmo sobre a garantia de manutenção da vida humana no planeta. No campo social, afloraram e aguçaram-se profundas contradições as quais acabaram por explodir em revoluções.

É nesse contexto histórico que se desenha a “ética contemporânea” a qual tem como origem uma reação contra o formalismo e o racionalismo histórico Kantiniano. Além das doutrinas éticas atuais, inclui-se na ética contemporânea aquelas doutrinas que, embora tenham surgido no século XIX, continuam influenciando os dias atuais. É o caso de Kierkegaard (1813-1855) e Stirner (1806-1856) – existencialismo e Marx (1818-1883) - marxismo (VÁZQUEZ, 2010).

Outros filósofos, sociólogos e pensadores de um modo geral, deram e/ou vêm dando contribuições para a formação do pensamento ético ao longo dos dois últimos séculos, contribuindo assim para a formação do pensamento ético moderno/contemporâneo. São exemplos: Adam Smith (1723-1790) - ética da simpatia; Sigmund Freud (1856-1939) – psicanálise; G.E. Moore (1873-1958) – filosofia analítica e Jurgen Habermas (1929-) – ética da razão comunicativa (ARRUDA, WHITAKER, RAMOS, 2009), (VÁZQUEZ, 2010). Pode-se observar que as definições éticas surgiram e surgem como resposta aos problemas apresentados pelas relações entre os homens ao longo do tempo e, em especial, pelo seu comportamento moral e afetivo. Com a mudança radical na vida social, muda também a vida moral. Esse fato ajuda a explicar a aparição e a sucessão de doutrinas éticas fundamentais em conexão com a mudança e com a sucessão de estruturas sociais (VÁZQUEZ, 2010).

Afora o que foi colocado, a proposta do presente trabalho não contempla estudos mais detalhados sobre as diversas correntes do pensamento ético e de seus representantes. Dessa forma, foram apresentadas, de maneira resumida, aquelas correntes e pensadores que são considerados, pela literatura consultada, como os mais representativos para compor o entendimento sobre a origem e o desenvolvimento da ética.

O nascimento e o desenvolvimento das doutrinas éticas fundamentais verificados ao longo dos tempos e em diferentes sociedades, apresentados nessa subseção, estão sintetizados no Quadro 1.

Doutrina Ética	Expoentes	Preceitos/Síntese do pensamento	Local /Época
GREGA - Sofistas	Protágoras e Górgias	Privilegia um saber a respeito do homem (político e jurídico).	Grécia Séc. V a.C.
- Sócrates	Sócrates	O saber fundamental é a respeito do homem (“conheçe-te a ti mesmo”).	Grécia Séc. IV a.C.
- Platão	Platão	O homem político (O homem é bom enquanto bom cidadão).	Grécia Séc. IV a.C.
- Aristóteles	Aristóteles	O homem virtuoso (a felicidade se alcança através da virtude).	Grécia Séc. III a.C.
- Estoicismo	Zenão, Sêneca, Epiteto e Marco Aurélio	A moral se define em relação ao universo (a física é premissa da ética).	Grécia e Roma A partir do séc. IV a.C.
- Epicurismo	Epicuro e Tito Lucrécio Caro	O bem é o prazer (prazer espiritual que contribui para a paz da alma)	Grécia e Roma A partir do séc. III a.C.
CRISTÃ MEDIEVAL - Ética Religiosa	Igreja Católica Romana	O homem vem de Deus e todo o seu comportamento - incluindo a moral deve orientar-se por ele como objetivo supremo	Europa e as novas colônias. A partir do séc. IV.
- Ética cristã filosófica	Santo Agostinho e São Tomás de Aquino	A filosofia é serva da teologia. Deus é o bem objetivo, o fim supremo	Europa e as novas colônias. A partir do séc. IV.
MODERNA - Antropocêntrica no Mundo Moderno	Iluministas	O homem como centro da política, da ciência, da arte e da moral.	Ocidente – Séc. XVI até início do séc. XIX.
- Ética Kantiana	Kant	Ética do dever (para todos os homens, independente da sua situação social).	Ocidente- A partir do Séc. XVIII.
- Utilitarismo	Bentham Mill	O objetivo da ética é a maior felicidade para o maior número de pessoas.	Ocidente- A partir do Séc. XVIII
CONTEMPORÂNEA - Existencialismo	Kierkegaard, Stirner, Sartre	O homem como ser concreto, o indivíduo como tal, sua subjetividade.	Ocidente Séc. XIX.
- Marxismo	Marx/Engels	O homem concreto: práxis, social, histórico. São os homens que fazem a sua própria história.	Mundo Séc. XIX (inspirou diversos regimes de governo no Séc. XX).
- Teoria Weberiana (Ética Científica)	Weber	Ética da Convicção (deontológica) <i>versus</i> Ética da Responsabilidade (teleológica).	Ocidente Séc. XX.

Quadro 1: Nascimento e desenvolvimento das doutrinas éticas ao longo da história.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Vázquez (2010), Arruda; Whitaker; Ramos (2009) e Srouf (2008).

2.3 Dilemas Éticos no Contexto Contemporâneo

Desde a idade antiga, a importância, os conceitos e a aplicabilidade da ética são estudados e reafirmados, permanentemente, pelas mais diversas áreas das ciências e do conhecimento humano, transpassando assim, as barreiras do tempo, do espaço e do contexto sócio-cultural. Contudo, a crescente evolução do conhecimento, observada com maior ênfase nos últimos anos e as perspectivas futuras de crescente aceleração desse desenvolvimento, com destaque para o avanço em novas tecnologias, lançam novos desafios sobre o comportamento do homem no presente e no futuro.

Momento marcante é vivenciado a partir da segunda metade do século passado com o desenvolvimento e a generalização do uso da informática nas diversas áreas de atuação humana. Depois da gradual substituição da força humana bruta pela máquina (mecânica) – séculos XIX e XX – habilidades e parte da capacidade mental do homem são substituídas por equipamentos informatizados (computadores, robôs industriais etc.). Contudo, é nas áreas da informação e da comunicação, em especial com o uso da Internet como meio de comunicação, que se verifica uma das inovações de maior impacto com capacidade de influenciar comportamentos nas diferentes áreas de atuação humana.

Em meados da década de 1990, um grupo de estudantes norte-americanos desenvolveu um programa que possibilitava o uso da Internet em uma linguagem multimídia: *browser*. Essa idéia simples possibilitava ao usuário navegar pelas informações na rede, de maneira eficiente e intuitiva: era a *World Wide Web* (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009, p. 173).

De George (1999) aponta os cuidados que se deve ter para com o mito da amoralidade dos sistemas da informação e da computação. Para o autor, a *Era da Informação* e essa nova realidade, cujo significado é entendido de modo diferente por diferentes pessoas, requer um repensar sobre a ética, pois os impactos das mudanças na *tecnologia da informação* não se limitam às atividades econômicas e de produção. Ela afeta diretamente a vida de cada cidadão em sua forma de trabalhar, viver, aprender, organizar-se etc.

O mito da computação e tecnologia da informação amoral diz que os computadores e os sistemas de informação não são bons nem maus e que as quedas e paradas no sistema não constituem falta de ninguém, porque a tecnologia tem vida própria, isenta, pois, de avaliação moral. É comum se observar a tentativa das pessoas buscar se eximir de responsabilidades sobre falhas e/ou problemas operacionais transferindo a culpa para o sistema de informática. (DE GEORGE, 1999).

Outro tema que tem gerado impacto do ponto de vista da análise ética se refere ao comércio eletrônico em decorrência do uso dos meios eletrônicos (Internet) em substituição a venda direta. Isso requer novas formas de fazer propaganda, fechar pedidos, efetuar entregas e mesmo de cuidar da pós-venda. Com o avanço da tecnologia, são crescentes as atitudes antiéticas no mercado, situação que requer cuidados e repressão (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009).

A pirataria de software, discos e livros, ainda que provedora de uma boa parcela da economia informal, causa graves prejuízos a seus legítimos proprietários (empresas e pessoas). Tal realidade, ao tempo em que requer combate por parte do Estado, haja vista sua ilegalidade, serve de estímulo e desafio às empresas e aos profissionais visando soluções de melhorias pautadas na ética.

O uso do correio eletrônico e de outras formas de veiculação de mensagens na mídia eletrônica também requer cuidados à luz da ética. Afora situações mais graves, como, por exemplo, os crimes envolvendo a pedofilia ou o uso e a exposição não autorizada da imagem de terceiros, a ética e a educação recomendam, por exemplo, o uso comedido dos e-mails. É de se evitar, pois, mensagens inúteis, além daquelas com conteúdo que possam ferir o que hoje se aceita como politicamente correto, tais como questões envolvendo sexo, raça, nacionalidade, orientação sexual etc. (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009).

Na área das ciências humanas, em especial na medicina e na biologia, os avanços científicos mais recentes também provocam novas situações com potencial para alterar o comportamento moral e, portanto, passíveis de apreciação à luz da ética. O projeto Genoma Humano (PHG) tem como objeto identificar todos os genes responsáveis pelas características normais e patológicas do ser humano. Por meio desse conhecimento sobre o indivíduo, já é possível identificar - e interferir - por exemplo, na escolha do sexo do futuro filho, na detecção da propensão a determinadas doenças, na prescrição de remédios de acordo com a carga genética do indivíduo evitando-se assim efeitos colaterais, na produção de vacinas de DNA capazes de eliminar doenças como a tuberculose e a AIDS, dentre outros. “Os problemas éticos relacionados com o diagnóstico pré-natal e com a interrupção de gravidez de fetos portadores de genes deletérios também têm sido amplamente discutidos” (ZATZ, 2000, p. 51).

Em seu processo natural de desenvolvimento, a agropecuária também vem incorporando, ao longo dos tempos, novas tecnologias destinadas a melhorar a qualidade e aumentar sua produtividade. Nessa direção, o trabalho da pesquisa científica (engenharia de alimentos, biotecnologia etc.) é desafiado a produzir resultados e uma das respostas,

inovadora e polêmica, produzida pelos cientistas nos últimos anos é o desenvolvimento de organismos geneticamente modificados (OGM) mais conhecidos como transgênicos. “Um organismo torna-se transgênico quando recebe em seu genoma uma seqüência de DNA que foi previamente manipulada em laboratório por técnicas especiais” (MARICONDA; RAMOS, 2003, p. 247).

As críticas à biotecnologia se diversificam e se estendem desde o campo econômico, científico, ambiental, social/religioso até o ético. Do ponto de vista econômico, surgem questões sobre os reais beneficiados dos resultados das pesquisas. Para a ciência em geral, o patenteamento das descobertas em nome da segurança econômica justifica o cerceamento da continuidade das pesquisas (livre e aberta) assim como dos riscos que acompanham a pesquisa patrocinada, podendo retirar fundamentos básicos como da imparcialidade e da neutralidade. Em relação ao meio ambiente, as preocupações referem-se ao possível surgimento de pragas mais resistentes ao controle do homem decorrente de uma reação natural da natureza aos novos organismos. Do ponto de vista social, cultural e religioso questiona-se até que ponto a alteração genética de produtos agrícolas afetarão a população rural, seus conhecimentos, suas crenças e seu modo de trabalho (ALTIERI, 1999), (MARICONDA; RAMOS, 2003).

Para a ética, os prós e os contras antes colocados podem ser analisados sob a luz de duas teorias morais antagônicas: a deontológica e a consequencialista. Para aqueles que se apoiam em valores religiosos (dogmáticos) e culturais (conservadores), a intervenção humana, no nível de artificialidade que se coloca, contraria a natureza e, portanto, não pode ser aceita independentemente dos resultados positivos que se advogue. Aqueles que defendem o uso dos transgênicos agrícolas apoiam suas posições no consequencialismo (utilitarismo) para o qual a produção de um resultado melhor (combate à fome) para um maior número possível (boa parte da humanidade) justifica a ocorrência de eventuais danos colaterais (prejuízos ao meio ambiente, cerceamento da liberdade de pesquisa, do desemprego no meio rural etc.).

Vimos que, de suas origens modernas até hoje, a atividade científico-tecnológica pretendeu fundar a moralidade de suas ações com vistas ao controle da natureza no quadro de uma ética consequencialista que rejeita valores tradicionais *a priori* nos moldes de uma ética deontológica (MARICONDA; RAMOS, 2003, p. 258).

Outro campo de atividade em que os preceitos morais são relevantes é o da pesquisa científica e demais trabalhos acadêmicos em geral, responsáveis pela formação do raciocínio lógico e consciente do estudante. O esperado é que o verdadeiro trabalho de pesquisa sempre esteja pautado em atitudes e procedimentos moralmente honestos. A consciência nesse sentido precisa ser estimulada e desenvolvida em todas as áreas de

graduação, principalmente por professores e orientadores, os quais, direta ou indiretamente, são responsáveis pela criação científica de seus discentes (TAGATA, 2008).

Como já abordado, a facilidade do acesso à informação pode ser um convite para atitudes imorais (e ilegais), como no caso de plágio. Contudo, a informação - preceito constitucional - não deve ser limitada por conta dessa distorção moral. Assim, a principal arma no combate à falta de escrúpulos consiste na formação de uma consciência moral, a qual estimule a criatividade e o crescimento através do esforço próprio, reconhecendo, quando for o caso, através da citação, o trabalho e a propriedade de terceiros.

Não pode existir um bom profissional, nem tampouco um cidadão, que trilhe seu caminho sem mérito próprio, apoderando-se de ideias alheias. É preciso que, desde cedo, o aluno seja instigado a pensar e a exercer a honestidade, para que se torne um cidadão digno e um profissional de respeito (TAGATA, 2008, p. 123).

Seguindo o progresso e a evolução do conhecimento geral da humanidade, os costumes e a moral se modificam e se ajustam aos novos tempos. A velocidade das mudanças, aliada ao ineditismo de alguns eventos, nem sempre permite que suas implicações sejam percebidas de pronto e/ou por todos os segmentos da sociedade. É comum, pois, que se verifique, mesmo que temporariamente, a carência de um ajustamento legal a regular essas novas situações e suas consequências. Pelo bem da coletividade, independentemente de amparo legal ou não, os temas elencados (rol não restritivo) devem continuar sendo debatidos, estudados e, se for o caso, questionados, à luz da ética e da moral.

Espera-se ainda que empresas de vanguarda, com visão de negócios no longo prazo e efetivamente preocupadas em ganhar e manter mercados, se conduzam frente aos dilemas éticos apresentados em seus rotineiros tratos comerciais, não apenas amparadas na legislação, ou mesmo na falta desta, mas, acima de tudo, por princípios éticos gerais e, mais especificamente, aqueles aplicáveis ao mundo dos negócios, como pode ser observado a seguir.

2.4 Ética Empresarial

É a partir dos anos 1960 (sec. XX) que aparecem as primeiras preocupações com a ética no âmbito empresarial. Na Alemanha, o assunto está atrelado a uma nova ordem que passa a inserir os trabalhadores no contexto administrativo das organizações (Conselho de Administração). Nos Estados Unidos, ainda que de forma isolada, alguns estudiosos da ética aplicada aos negócios procuravam confirmar suas teorias aplicando-as no dia a dia das organizações. Desses experimentos surge uma nova dimensão da ética: a Ética Empresarial.

Para Nash (2001 *apud* PAI, 2008, p. 92), “Ética empresarial é o estudo da forma pela qual, normas morais pessoais se aplicam às atividades e aos objetivos da empresa comercial”.

Ou ainda:

A ética empresarial pode ser entendida como sendo um conjunto de comportamentos explicitados pelas organizações quando atuam em conformidade com os princípios, os valores e os padrões éticos que são impostos e aceitos como corretos pela sociedade (BONDARIK; PILATTI; FRANCISCO, 2006, p. 73).

Ainda nas décadas de 1960 e 1970, outro determinante para o desenvolvimento da ética empresarial é a expansão das empresas multinacionais (americanas e européias) para os mais diversos países em todos os continentes. O desafio da convivência com outras culturas e formas diferenciadas de fazer negócio, por vezes conflitante com os padrões da origem daquelas organizações, é determinante para que as mesmas passem a adotar regras de comportamento padronizadas (matriz e filiais). Surgem então os códigos de ética corporativa.

Nos anos 1990, os trabalhos sobre “ética empresarial” evoluíram junto ao mundo acadêmico (estudos e pesquisas), propiciando o surgimento de redes de intercâmbio. Diversos mecanismos de troca de informação, revistas especializadas e enciclopédias (USA e Alemanha) foram fundamentais para a universalização do tema, corroborando para a natural evolução dos conceitos e sua efetiva aplicação junto às empresas (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009).

Segundo Srour (1998), a maioria dos empresários brasileiros confunde moralidade com legalidade. Para ser “ético”, basta não ser pego, assim, quem conjuga sorte e esperteza “salva a cara” e quem escapa da fiscalização ganha um atestado de idoneidade. “Para muita gente [...] a moral não entrelaça o mundo dos negócios, porque não se ganha dinheiro sem ser pragmático e, neste sentido, preceitos filosóficos ou religiosos só atrapalham” (SROUR, 1998, p. 291).

Ao se referir ao pensamento enraizado junto aqueles que entendem que o fim maior da empresa é o resultado econômico, Frontrodona (2005, p. 3) assim coloca: “*Business of business is business*. Isto é algo mais do que uma frase de estilo literário. Durante muito tempo este tem sido o argumento utilizado por quem desenvolve sua atividade no mundo dos negócios para justificar sua atuação”.

Contudo, essa é uma visão de curto prazo. Hoje, a exemplo do que já vem ocorrendo nos últimos anos, as empresas que buscam a perpetuação precisam respeitar não só a lei formal, mas, em especial, todo o universo com que se relacionam. As parcerias com seus *stakeholders* são vitais. Esse conjunto de relacionamentos vai desde aqueles mais próximos

(sócios minoritários, empregados, fornecedores, clientes, etc.) até os mais distantes, mas nem por isso menos importantes, em sua cadeia produtiva ou até fora dela (a comunidade em geral, o meio ambiente, o universo etc.).

É cada vez mais patente que, não obstante as necessidades prementes de gerar recursos financeiros (“caixa”) para poder tocar seus empreendimentos no tempo presente, as empresas necessitam planejar seus negócios - planejamento estratégico - com foco no amanhã. “Uma vez que as empresas competitivas não operam num horizonte de curto prazo, a ganância ou a sedução por vantagens imediatas pode ser fatal” (SROUR, 1998, p. 291).

Srouer (2008, p. 254) sintetiza: “as empresas eticamente orientadas são as que geram lucro para os acionistas, protegem o meio ambiente e melhoram a vida de seus públicos de interesse, ao mesmo tempo que resolvem problemas de caráter geral”. Corroborando com o pensamento de Srouer (2008), Costa Filho (2002, p. 11) aduz que “Contabilmente falando, a falta de ética pode ser rentável a curto prazo para alguns, contudo, a curto e longo prazo, a ética é sempre rentável para o conjunto da sociedade”.

No ambiente dos negócios, as empresas convivem com os padrões morais que suas contrapartes compartilham. Em razão disso, é preciso estar claro para todos qual a orientação que a empresa segue, ou seja, qual é a sua “essência moral”. É a partir de uma identidade de princípios que as parcerias se consolidam. Princípios esses, em regra, ditados e assumidos efetivamente pela alta cúpula da organização e que se coadunam com a cultura organizacional.

Ativo relevante nos tempos atuais, a imagem institucional representa patrimônio essencial para a continuidade dos negócios de uma organização. Assim, não é possível, no longo prazo, apenas manter aparências. A imagem da empresa não pode ser descuidada, haja vista que seu valor econômico é sensível à credibilidade a que inspira. Em tempos de consolidação do capitalismo social o qual conta com respaldo e parceria ativa da mídia, descuidar da imagem pela falta de coerência entre o discurso e a prática nos negócios pode ser fatal para o futuro da empresa (SROUR, 1998).

No seu desempenho operacional, as empresas enfrentam, constantemente, desafios de toda ordem, de âmbito interno ou externo. Fraudes, espionagem industrial, acidentes, assédio, dentre outros, podem redundar em prejuízos não apenas de imagem, mas em impactos diretos sobre as finanças e os negócios da organização. Num primeiro momento, a prevenção se dá pela ação dos mecanismos de controles internos. Contudo, as ferramentas de controle podem não responder adequadamente se as pessoas envolvidas não estiverem efetivamente engajadas com os resultados da organização. Uma das formas de se alcançar o

compromisso e a participação dos colaboradores se dá através da ética empresarial (COSTA FILHO, 2002).

A globalização econômica, processo inexorável nos tempos atuais, traz consigo inevitáveis reflexos das externalidades negativas. Compete, pois, à ética econômica, tendo sob pano de fundo a ética geral, a mensuração e a previsão dos impactos decorrentes do necessário crescimento econômico sobre a cultura, o ambiente, os valores e a economia local, orientando os agentes econômicos na adoção de processos que compatibilize e/ou minimize aqueles reflexos.

Para se consolidar como organização ética o compromisso com a verdade é primordial. Afora isso, cuidados com as mensagens emitidas pela empresa devem levar em conta a condição do público receptor. A faixa etária, o nível cultural, as crenças e valores, dentre outros, devem ser sopesados ao se produzir material de divulgação. Essa mesma orientação com relação a comportamentos e cuidados é extensível a empresas (terceirizadas) contratadas. Assim, campanhas de marketing, processos de vendas e pós-vendas, dentre outros, merecem atenção das organizações.

É palavra corrente dentro de muitas organizações que os empregados, ou seu neologismo *colaboradores*, são classificados pela direção como o maior ativo da empresa. O que mais se observa em gestão de pessoas são preocupações, por parte da empresa e mesmo dos empregados, com o atendimento à legislação trabalhista, aos acordos coletivos, aos regulamentos governamentais e às diretrizes da empresa.

Uma perspectiva de responsabilidade social ressalta o compromisso ético da empresa em relação a seus *stakeholders*, sempre enfocando o relacionamento entre pessoas: entre a empresa, seus executivos e os acionistas; entre a empresa e seus clientes e fornecedores; entre a empresa e a sociedade de modo geral, ou a comunidade em que está inserida, incluindo os concorrentes; entre os executivos e os empregados, ou entre os próprios funcionários (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009, p. 110).

Esse conjunto de situações ajuda a demonstrar a razão de a ética empresarial, atualmente, ser considerada e utilizada, a exemplo do *marketing*, dos recursos humanos, das finanças etc., como uma matéria de gestão incluída nos currículos escolares. A partir dos anos 1960, a sociedade passa a cobrar das empresas um maior envolvimento, responsabilidade e atuação efetiva no trato das questões socioambientais. O retorno oferecido pelas empresas aos países em que estão inseridas não deveria se restringir ao simples cumprimento das leis. Nascia então, a utilização da ética empresarial como ferramenta de gestão (MCNAMARA, 1999).

Note-se que 90% das escolas de negócios já prestam algum tipo de formação em ética nos negócios. Hoje, a ética no ambiente de trabalho pode ser gerenciada através

da utilização de códigos de ética, códigos de conduta, comitês de ética, políticas e procedimentos para resolver dilemas éticos, a formação ética etc.(MCNAMARA, 1999).

A importância social da empresa é inegável. A riqueza que produz se distribui por todos os segmentos da sociedade. Salários, impostos, distribuição de lucros e resultados, desenvolvimentos de novos e melhores produtos colocados ao uso e serviço dos cidadãos afóra demais intervenções diretas no contexto socioambiental das comunidades onde estão inseridas são exemplos de benefícios introduzidos quando da implantação ou mesmo da expansão de um novo empreendimento empresarial.

Para que as expectativas postas de início, normalmente geradoras de euforia junto à comunidade local, se confirmem e se estendam no tempo a empresa precisa cuidar não só das diversas etapas produtivas. Deve zelar também pelos ativos intangíveis - em especial pelo seu nome e os de seus proprietários e dirigentes - bens esses cada vez mais importantes na equação patrimonial. Para tal, o caminho a ser trilhado não pode ser outro senão o do agir dentro da lei e da moral. O que se resume em: ser reconhecida como uma empresa ética.

2.5 Código de Conduta

A partir do momento em que o homem, abrindo mão de direitos naturais, passou a viver em sociedade, viu-se compelido a conviver com regras grupais, ainda que informais. Com a evolução e o crescimento da humanidade surge a necessidade de uma melhor estruturação das normas de conduta em sociedade. Um dos primeiros escritos que se tem notícia e, provavelmente, do mais significativo da idade antiga, é o Código de Hamurabi (1.780 a.C) (NEVES, 2008, p. 111).

Suas regras, versando sobre vários aspectos da vida social, definem a divisão da sociedade em classes, os direitos da mulher e da família (considerando a questão do adultério), os direitos de propriedade (inclusive no que respeita à escravidão), a igualdade de filiação na distribuição da herança, bem como os princípios ordenadores do comércio e das profissões. O capítulo XII trata de honorários e penalidades profissionais, de médicos, veterinários, barbeiros etc., assim como a Pena de Talião (olho por olho, dente por dente), quando ocorria erro médico (NEVES, 2008).

Códigos de conduta empresarial não são novidade – empresários os têm utilizado por anos para conduzir vários interesses públicos como direitos do consumidor, segurança do produto ou proteção ambiental. Frequentemente empresários aplicam códigos de práticas éticas para seus funcionários. Códigos de conduta para negócios internacionais também não são novidade. Nos anos setenta, o crescimento de poder das companhias multinacionais conduziu duas organizações internacionais a

adotarem códigos para negócios internacionais: a Declaração Tripartite da OIT de Princípios para Empresas Multinacionais e Política Social, e as Diretrizes da OCDE para Empresas Multinacionais (PIAZZA, 2002).

Na esfera de atuação das modernas organizações, o controle externo, direto e estatal, não consegue – e nem se espera que consiga - alcançar a todas as situações de conflito. Assim, eventuais problemas nos relacionamentos com os vários públicos que interagem com a empresa (*stakeholders*) precisam ser complementados por regras privadas próprias. A racionalidade econômica exige limites, cabendo à ética demonstrar que a sociedade só pode funcionar dentro de um nível mínimo de confiança. É preciso que profissionais e empresas inspirem confiança em seus *stakeholders*. Costa Filho (2002, p. 108) coloca que “cada vez mais, pessoas e empresas se dão conta de que o sucesso caminha ao lado da credibilidade ante à sociedade”.

Essa necessidade mostra-se mais premente a partir da ocorrência de escândalos envolvendo o mundo corporativo. De acordo com Stevens (2008, p. 601), “Após Watergate e a renúncia do Presidente Nixon em 1974, escândalos corporativos e atos de comportamentos inapropriados proliferaram nos Estados Unidos e continuaram por várias décadas”. Conforme pesquisas do Gallup (1977; 1986), os padrões éticos das organizações não eram vistos com bons olhos pelo público americano. Assim, para melhorar sua imagem, as empresas recorreram aos códigos de ética através dos quais buscavam tornar públicas suas virtudes e criar uma impressão melhor para os investidores (STEVENS, 2008).

Dentre outras vantagens, o código de ética elaborado pela própria organização, serve de ajuda no cumprimento das suas responsabilidades sociais. Tais códigos, quando bem fundados, isto é, quando contêm efetivos princípios morais e não apenas simples ideais que nunca serão alcançados, são interiorizados pelos membros da organização de modo que além de aplicáveis a situações conflitivas permitem assegurar que todo aquele que o subscreve agirá moralmente. Os códigos de ética não vão contra a competitividade da empresa, antes pelo contrário, vão claramente ao encontro dos interesses dessa, haja vista que onde as práticas empresariais não são reguladas pelos códigos éticos que as empresas estabelecem aumentará a regulação governamental com perigo para o próprio sistema (FONTRODONA, 2005, p. 38).

Silva e Gomes (2008) ressaltam a importância para a empresa, cuja existência é regida por critérios comunitários, de que seus membros estejam dispostos a compartilhar de exigências comuns, possibilitando assim manter uma boa reputação frente à sociedade, evitar contingências e regular a convivência das pessoas na organização. Como instrumento para

auxiliar no alcance desses objetivos, o código de ética é hoje utilizado com frequência em empresas por todo o mundo. Em pesquisa realizada junto a empresas brasileiras internacionalizadas, visando investigar o uso do código de ética como instrumento de controle gerencial, aqueles autores observaram:

Na análise dos códigos de ética foi possível verificar que as empresas, na maioria dos casos, estão preocupadas em estabelecer diretrizes para regular o relacionamento com seus clientes, fornecedores e investidores, denotando com isso uma preocupação com o mercado e a continuidade das atividades da companhia (SILVA; GOMES, 2008, p. 123).

Ocasionalmente, quando da implantação de um código de ética, os trabalhadores podem reagir negativamente por entenderem que o código é apenas de fachada. Contudo, na gestão de uma questão complexa, especialmente em uma crise, é importante ter desenvolvido um código.

Em meados dos anos 70, a Johnson e Johnson atualizou seu código em uma série de reuniões. Bob Kniffin, vice-presidente de Assuntos Externos, explica, "nós nos debruçamos sobre cada frase e palavra. Perguntamos a nós mesmos: será que ainda acreditamos nisso? Nossas reuniões resultaram em alguns ajustes, mas basicamente não se alteraram os valores..." Muitos acreditam que este processo guiou a empresa para sua bem conhecida decisão de retirar das prateleiras de venda o medicamento Tylenol, assumindo uma despesa de US\$ 100 milhões. (MCNAMARA, 1999).

Com a expansão das corporações, sua estrutura interna também se expande e um bom número de empresas vivencia seus "dia a dia" dispersadas entre várias unidades, distribuídas em regiões diversas ou mesmo em continentes distintos. Mesmo separados hierarquicamente, geograficamente ou funcionalmente, seus profissionais devem apoiar-se em princípios e valores homogêneos, visando traduzi-los em uma filosofia de atuação que sirva de regra nos relacionamentos da empresa com seus vários *stakeholders*. Tais princípios e valores constituem o Código de Ética (RAMALHO; ALVES FILHO, 2004).

Em sua criação, o código pode ser de origem privada (criação da própria empresa) ou seguir proposta de padrões sugeridos por organizações internacionais das mais variadas naturezas e com diferentes interesses. Assim, a empresa pode desenvolver seu próprio código ou simplesmente adotar o código proposto por outra organização.

O posicionamento de algumas fundações e organizações internacionais, bem como a discussão promovida por elas, tem influenciado os códigos das empresas. Alguns códigos chegam a citar regulamentações internacionais em seu texto como referência (PIAZZA, 2002).

Dentre as preocupações éticas, uma se refere ao estabelecimento dos principais padrões que atribuem valor e direcionam a existência humana. Assim, padrão ético implica na adoção de uma série de comportamentos éticos que se repetem, constante e quase que automaticamente, conduzindo as ações e as atitudes humanas. Em sua essência, compreende

um conjunto de valores, princípios, ideais e regras que definem as obrigações e comportamentos sociais. Pressupõe ainda um conjunto de regras aplicáveis às situações cotidianas as quais podem ser estabelecidas e existirem de maneira informal, gravadas no inconsciente humano. Quando escritas elas assumem geralmente a forma de “código de ética” ou de “código de conduta”, sendo isso comum às organizações empresariais (BONDARIK; PILATTI; FRANCISCO, 2006).

Numa empresa, a disseminação de comportamentos éticos tem maior possibilidade de se efetivar através de uma política ética que inclua e envolva toda a organização. Promove-se assim, a criação de um *senso ético* na empresa. O código de conduta é um dos instrumentos utilizados na construção e desenvolvimento de uma cultura ética dentro da organização.

A existência de um código de ética conhecido e respeitado na empresa tem reflexos positivos na cultura organizacional, uma vez que incentiva a participação, a responsabilidade, o compromisso, a busca da qualidade, além de reduzir os conflitos internos e externos (COSTA FILHO, 2002, p. 105).

Vários motivos podem levar uma empresa a adotar um código de conduta: padronização, *marketing*, consciência social de seus dirigentes, exigência de mercado ou de parceiros etc. Contudo, uma vez adotado e divulgado, fica comprometida socialmente a assumir o perfil determinado pelo código e a trabalhar de alguma forma para a promoção e a manutenção da aplicação dos princípios ali enunciados (PIAZZA, 2002).

Se a empresa realmente deseja mudar ou mesmo reforçar sua postura e ser reconhecida como empresa ética, a simples adoção de um código pode não ser suficiente para atingir tal objetivo. Assim, além de alguns cuidados a serem observados no processo de implantação outros passos e compromissos devem ser trilhados e assumidos por toda a organização. O código de ética de uma empresa deve ser desenvolvido por um comitê representativo de todos os grupos e níveis funcionais e gerenciais. O comitê, cujo diretor pode ser um executivo já envolvido com a área de comunicação, contando ainda com assistentes tantos quanto necessários, não só elabora o código como também desenvolve o plano de implementação do mesmo em todos os seus aspectos (WELLS; SPINKS, 1998).

Para ser eficaz, um código de conduta exige uma análise do sistema de gestão para se certificar de que os empregados são incentivados a trabalhar em congruência com o código. Incorporar o código de conduta pode contribuir para o aparecimento não só do comportamento individual responsável, mas também de uma organização responsável (NIJHOF *et al.*, 2003).

Nijhof *et al.* (2003) entendem que, concomitantemente à implantação de um código de conduta, faz-se necessário avaliar a gestão. Para tanto, sugerem a utilização de uma metodologia composta de seis processos por eles denominados de “processos de responsabilização”.

Dessa forma, em primeiro lugar é essencial determinar a função que o código deveria ter e quais os riscos e as barreiras existentes dentro da organização que impedem um comportamento responsável. Em segundo lugar, é necessário que ele seja um código de valores, ou seja, uma forma de se reconhecer os valores que norteiam a cultura organizacional. Em terceiro, todos os funcionários precisam de um código que defina a identidade corporativa, que seja significativo para os empregados em suas atividades diárias. Em quarto, os empregados têm que aprovar o código. Uma aprovação não individual, mas que represente um processo integral de responsabilização cujo comportamento, de acordo com o código, é em si mesmo um instrumental para promover a sua internalização e o seu refinamento sempre que necessários. Em quinto lugar, o acompanhamento do código, processo esse que não se refere à pura função de controlar a aplicação do código e impor sanções por desvios, mas acima de tudo de compreender as causas de tais desvios e, a partir dessa análise, procurar promover mudanças no comportamento das pessoas ou mesmo no conteúdo do diploma. O último processo abrange a comunicação entre a organização e seus *stakeholders* sobre a forma como a organização tomou a sua responsabilidade e quais as adaptações do código já estão previstas, o que acaba levando a uma nova rodada de codificação (NIJHOF *et al.*, 2003).

Obviamente, esses processos estão intimamente ligados uns aos outros e, na verdade, não são estritamente sequenciais. Por exemplo, após um incidente crítico, a identificação de uma barreira para um comportamento responsável, que permitiu a ocorrência do incidente, pode levar diretamente a um processo de codificação. Esses processos se desdobram em repetição e sobreposição de ciclos. Ao mesmo tempo, cada um desses processos contribui separadamente e consideravelmente para estimular um comportamento responsável. Se um ou vários processos não são preenchidos, a integração do código de conduta está em risco (NIJHOF *et al.*, 2003, p. 69).

Ainda sobre tais procedimentos e visando uma maior eficácia das ações, Nijhof *et al.* (2003) propõem que todos os trabalhos sejam desenvolvidos com a utilização do modelo EFQN (*European Foundation for Quality Management*). Trata-se de instrumento facilitador da melhoria contínua (programa de qualidade total). O modelo EFQM determina, em uma forma estruturada, os pontos fortes e fracos de uma organização, os pontos que devem ser mantidos e os que precisam ser melhorados. Pode ainda priorizar os pontos fracos que podem ser trabalhados a curto e a longo prazo através de melhorias estruturais contínuas. Isso resulta

em trabalhar com precisão suas deficiências com melhora significativa no desempenho da organização (NIJHOF *et al.*, 2003).

Em 2002, Muel Kaptein realizou uma pesquisa sobre a existência e a utilização de código de conduta em empresas multinacionais. O trabalho teve como foco as 200 maiores corporações do mundo, distribuídas entre Américas, Europa e Ásia. Sendo que 79% dessas empresas estão sediadas nos Estados Unidos, na França, na Alemanha e no Japão. O trabalho foi realizado em três etapas: primeiro, foi feito um inventário dos códigos existentes dentro do universo de empresas pesquisadas; segundo, foi analisado o conteúdo dos códigos; e, por último, foi feito um exame para analisar até que ponto o conteúdo dos códigos pode estar relacionado com o tipo e a origem dos códigos (KAPTEIN, 2004).

Através do inventário, foi apurado que 58% das cem maiores empresas (e 52,5% das duzentas maiores de empresas) em todo o mundo têm um código de conduta. Por um lado, esse valor pode ser visto como positivo: mais da metade das maiores multinacionais reconhecem, definem e expressam sua política de responsabilidade, seu princípios, valores e normas através de um documento escrito. Por outro lado, quase metade das maiores multinacionais - na época do estudo - não têm um código. O autor ressalta que, embora não haja exigência legal para a adoção do código, afigura-se como oportuno para esse grupo de empresas considerar se não seria desejável desenvolver e introduzir um código de negócios. Como a maioria faz uso dessa ferramenta de gestão e negócios, aqueles que se abstêm podem ser confrontados por suas partes interessadas que vão querer saber por que o código não é considerado um instrumento desejável (KAPTEIN, 2004).

Na análise de conteúdo, Kaptein (2004) observou que, em geral, os códigos descrevem as responsabilidades que a empresa assume em relação a funcionários, clientes, provedores do capital e à sociedade como um todo. Outro fator importante para determinar o conteúdo do código refere-se ao público alvo que a empresa tem em mente: externos ou internos. No caso dos primeiros, o código irá incidir principalmente sobre responsabilidades para com partes interessadas e os princípios que se aplicam às relações. No caso dos últimos, serão formuladas, principalmente, regras de conduta.

Outra situação observada pela pesquisa, diz respeito à diversidade de conteúdos dos códigos das empresas (ainda que dentro de um mesmo país), a sua extensão e a sua designação. A designação é variada: “Padrões de Conduta de Negócios”; “O que nós defendemos”; “Política Legal e Ética” etc. Constatou-se ainda que, de todos os títulos empregados, 36% contêm a palavra “conduta”, 17% “Princípios/Orientações”, 9% “ética”, 6% “valores” e 4% “integridade”. O tamanho dos códigos pode variar de uma página

(Nichemen) para 79 páginas (3M) e de 50 palavras para quase 18 mil palavras (KAPTEIN, 2004, p. 17).

A diversidade no conteúdo dos códigos das empresas (também dentro dos países) não é necessariamente um sinal negativo. Poderia muito bem ser uma indicação da autenticidade dos códigos, no sentido que as empresas elaborem códigos para se adequar as suas circunstâncias particulares em vez de meramente copiar os modelos de códigos de outras empresas, ou códigos de instituições internacionais. (KAPTEIN, 2004, p. 26-27).

Sob a denominação de “Pesquisa Código de Ética Corporativo” o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios realiza, desde 2006, pesquisa sobre o tema o qual tem como universo as 500 maiores empresas instaladas no Brasil. São observados assuntos como: forma de divulgação do código, localização do código no *site* institucional, relacionamento com os *stakeholders*, obrigatoriedade de denúncia, ações socioambientais etc. Em sua última edição (2010), informa que os dados obtidos nesse ano quando em comparação como aqueles obtidos em 2008 e 2009, confirmam que, apesar da crise financeira global (2008), a tendência de intensificação na adoção e divulgação de Códigos de Ética não foi interrompida e conclui: “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” (INSTITUTO BRASILEIRO DE ÉTICA NOS NEGÓCIOS, 2010).

A respeito do conteúdo dos códigos, Srour (2008) chama a atenção sobre certa confusão que é criada ao se misturar, por ocasião da elaboração do código, questões de ordem administrativa com questões de ordem moral. As primeiras, por decorrerem de imposição legal ou de exigências do mercado, requerem condutas padronizadas porque constituem necessidades imperiosas e inadiáveis. Já as diretrizes morais procuram preservar o negócio e os profissionais do risco de reputação e dependem da pertinência de seus fundamentos e da validade de sua recomendação. Como exemplo de questões administrativas, cita, dentre outras, a preservação e a integridade dos ativos, a prevenção dos danos, os controles de acessos, o uso de veículos da empresa, o recrutamento e a seleção de pessoal. São tipicamente questões morais: as fraudes, os subornos, o assédio moral e sexual, a confidencialidade das informações etc.

Assim sendo, o que vem a ser um código de conduta moral? É uma moral organizacional que serve como “manual de preceitos” (teoria ética da convicção) ou como “guia para a ação” (teoria ética da responsabilidade). Alinha os padrões de conduta esperados no exercício profissional e se posiciona quer em termos ideais (forma utilizada convencionalmente), quer em termos do que é possível praticar num horizonte próximo (prazo de um ano, por exemplo) (SROUR, 2008, p. 273).

Em consonância com suas posições a respeito do que entende por ética e por moral, Srour (2008, p. 267-274) prefere denominar os documentos da espécie como “códigos morais” ou “código de condutas morais”.

Segundo Mcnamara (1999), conceitualmente, existem dois tipos de código: o código de ética contendo guias gerais de decisão sobre ações e o código de conduta para especificar as ações no local de trabalho. O porte, a diversidade de atuação, assim como sua presença em localidades com culturas distintas podem recomendar que a organização adote mais de um código. “Note que se sua organização é muito grande, por exemplo, possui vários grandes programas ou serviços, você pode querer desenvolver um código corporativo global de ética e um código separado para orientar cada um de seus programas ou departamentos” (MACNAMARA, 1999). Lembra ainda que, dependendo da cultura da organização, de suas operações e ainda da especificidade que se queira atingir, o código de ética e o código de conduta podem ser mesclados em um único documento.

Conforme pesquisa sobre a efetividade dos códigos de ética, realizada por Betsy Stevens (2008), foram identificadas duas premissas da efetividade dos códigos: valores culturais e comunicação. Códigos inseridos na cultura podem ser ferramentas estratégicas poderosas. A segunda premissa informa que quando os valores articulados nos códigos são comunicados claramente e fazem parte da cultura organizacional, o código atua no comportamento dos empregados de maneira positiva (STEVENS, 2008).

Tanto o reforço e/ou mudança na cultura quanto a comunicação podem ser facilitados pela existência de um comitê de ética, haja vista que a simples edição e a distribuição de um manual de conduta e de ética podem não ser suficientes para atingir os objetivos esperados quando da elaboração do código. Ao se referirem sobre a atuação do comitê de ética, Ramos e Quelhas (2008, p.15) ressaltam: “o comitê pode servir de facilitador para ajudar nas reuniões e discussões de conflitos éticos”. Entendem, porém que, para ser eficaz, a busca pela solução dos conflitos deve ser desenvolvida dentro de cada setor e por sua chefia imediata. Essa forma é mais viável, pois proporciona um maior comprometimento em solucionar o problema baseado nas normas do código de ética. Dão como exemplo a indústria da construção civil na qual os problemas devem, preferentemente, ser solucionados em cada canteiro de obra.

Outro ponto ressaltado por Ramos e Quelhas (2008), diz respeito à validação e ao comprometimento da alta direção. Um compromisso sério dos dirigentes, tanto em ações quanto em palavras, é o que dá credibilidade para qualquer programa da empresa. É isso que

os *stakeholders* esperam como prioridade quando interagem com a organização (RAMOS; QUELHAS, 2008).

Para muitos críticos, a criação do código de ética por parte das empresas não passa de jogada de *marketing* não atingindo assim os objetivos de efetivamente orientar comportamentos. Segundo Stevens (2008, p. 602), “O estudo clássico de Mathews (1987) em códigos de 202 empresas de sucesso do Fortune 500 mostrou pouca evidência ligando códigos a comportamentos e concluiu que os códigos não proporcionaram autorregulação ou uma cultura de comportamento ético”.

Ao analisar o aspecto da eficácia dos códigos, Srour (2008) aponta três razões para que o código não funcione: conteúdo, forma e formato. Quanto ao conteúdo, a ineficácia pode ser consequência de uma concepção calcada no legalismo e na imposição, o que confunde o código com políticas disciplinares com perda do espírito pedagógico, assim como, a confusão que propicia ao serem mescladas políticas de gestão com fatos morais. Na forma, o código pode ora assumir uma feição de sermão que exalta virtudes e deixa de analisar os interesses e suas complexidades, ora reproduzir uma retórica avançada em dissociação com as práticas efetivas, gerando nos colaboradores uma postura cética ou mesmo cínica. Quanto ao formato, o código pode pecar por se apresentar demasiadamente sucinto e genérico, cuja prática supõe grande maturidade pessoal e profissional ou muito extenso e excessivamente detalhista quando lista normas e procedimentos num calhamaço de difícil leitura e assimilação (SROUR, 2008).

No mundo dos negócios o que deve imperar é a essência da prática da moral. Porém, a recente onda da adoção de código de ética pelas empresas, visando padronizar o comportamento organizacional a respeito de temas com repercussão ética, tem levado os executivos a se basearem demais em regras e padrões. Agem assim, acreditando estarem sendo éticos e deixando, pois, de analisarem as reais consequências dos atos (CHEN; SAWYERS; WILLIAMS, 1997).

Outro fator que concorre contra a transformação da prática moral da empresa é a predominância de incentivos financeiros. O ideal é adotar um sistema que combine fatores financeiros e não financeiros (oportunidade de educação continuada e desenvolvimento pessoal, reconhecimento dos colegas pela realização de objetivos etc.).

Se os sistemas de avaliação de desempenho se basearem unicamente em parâmetros e recompensas financeiros, trabalhadores e gerentes serão incentivados a tomar medidas que levem a avaliações individuais favoráveis, mas que podem ser prejudiciais aos objetivos globais da organização (CHEN; SAWYERS; WILLIAMS, 1997, p. 862).

Ao analisarem o conteúdo (e as mensagens subjacentes) contido nos códigos de 5 grandes empresas instaladas na Austrália, Farrel e Farrel (1998) observaram que naqueles documentos há uma clara intenção de manutenção do *status quo* existente com reforço no distanciamento entre a cúpula e a base da organização. O sentido conotativo dado pelos códigos aos destinatários é o de agir de acordo com as regras sem espaço para a tomada de decisões individuais. “Códigos de ética são geralmente documentos internos que expressam fortemente a ideologia corporativa. Como textos, os códigos examinados neste estudo impõem o *status quo* e as necessidades da gestão” (FARREL; FARREL, 1998, p. 598).

Helin e Sandstrom (2007), em pesquisa realizada a partir de estudos anteriores sobre códigos de ética, procuraram verificar a forma de comunicação e, em especial, o processo de absorção dos conteúdos pelos destinatários.

Este trabalho tem o seu ponto de partida em um artigo de Stevens [Stevens, B. 1994, *Jornal de Negócios Ética* 54, 163-171], no qual ela identificou a falta de conhecimento sobre como os códigos de ética corporativa são comunicados e afetam o comportamento nas organizações (HELIN; SANDSTROM, 2007, p. 253).

O trabalho de Helin e Sandstrom (2007) analisou 38 publicações (pesquisas, artigos etc.) realizadas de 1994 a 2005 e que tiveram como objeto o “código de conduta ética”. O foco principal da análise foi o de extrair informações sobre como o conteúdo dos documentos é efetivamente absorvido pela organização. Observaram que estudos e pesquisas, de regra, têm como fonte de análise os remetentes (responsáveis) dos códigos, geralmente membros da alta gestão ou mesmo o próprio conteúdo escrito dos códigos. Não há uma abordagem direta junto aos receptores (empregados) e de como se dá o processo de absorção a partir da implantação do código.

Portanto, concluímos que a fim de desenvolver um corpo de conhecimento sobre CCEs, nós precisamos estudar esses processos empiricamente em diferentes níveis nas organizações e ser sensíveis à forma como os gerentes e os empregados traduzem os códigos na prática (HELIN; SANDSTROM, 2007, p. 263).

Não obstante as críticas sobre a implantação de um Código de Conduta, é possível também extrair, em quantidade predominante, indicações positivas sobre adoção e uso dessa ferramenta por parte das organizações em geral. Ressalta-se que as críticas, em sua maioria, não dizem respeito ao mérito da medida em si, mas a falhas e distorções quando da implantação e uso dos códigos.

Como demonstrado, o código, independentemente do nome que lhe for atribuído (Código de Conduta, Código de Conduta Ética, Código de Conduta Moral, Código de Ética – só para lembrar os mais utilizados), vem se mostrando como instrumental válido para auxiliar na gestão, nos negócios e nas relações em geral daquelas empresas que, atentas aos sinais de

um novo tempo no qual o respeito aos parceiros, a comunidade e o ambiente são vitais para os resultados de longo prazo, se proponham a conduzir seus negócios sob o primado da boa moral.

A ética, de um modo geral, encerra em si diversos princípios. Justiça, honradez, equidade, clareza de propósitos, dentre outros, são condições que devem pautar a vida do homem em sociedade e, por extensão, das sociedades formadas pelos homens. Não é por coincidência que a base ética da governança corporativa se funda em princípios básicos e de caráter universal dentre os quais se destacam: *fairness* (justiça), *disclosure* (transparência) *accountability* (prestação responsável de contas) e *compliance* (conformidade). Assim, da mesma forma que as práticas de governança corporativa são um bom caminho para a organização atingir o status de “empresa ética”, é impensável que uma empresa possa praticar a boa governança sem a aplicação dos princípios éticos.

A seção seguinte apresenta os fundamentos, concepções e princípios da governança corporativa, destacando ainda as diretrizes de um código de conduta recomendadas pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, segundo o seu Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa.

3 GOVERNANÇA CORPORATIVA

Ao analisar a relação entre ética e governança corporativa, Pai (2008, p. 99) lança os seguintes questionamentos: “Pode uma organização ter boas práticas de governança corporativa sem a internalização de valores éticos e morais? É possível uma empresa ser ética sem a adoção da governança corporativa?”.

O mesmo autor ressalta em resposta às suas próprias indagações: i) que a ética é o instrumento fundamental para a vida em conjunto, seja na sociedade primitiva ou em uma corporação moderna. A humanidade não teria criado civilizações sem a adoção dos conceitos éticos e morais. A ética torna-se, então, “*condition sine qua non*” da sobrevivência de qualquer grupo social; e ii) que a governança corporativa preocupa-se em assegurar um gerenciamento honesto e eficiente por parte dos executivos de forma a assegurar um retorno justo e aceitável para aqueles que investiram na firma. E conclui que ao “analisarmos estas razões veremos que todas permeiam os conceitos da ética, o que nos permite afirmar que a governança corporativa é dependente das normas éticas”. Afirma ainda que “a ética e a governança corporativa são conceitos que se complementam mutuamente e um não pode prescindir dos princípios do outro” (PAI, 2008, p. 101).

As definições sobre o tema “governança corporativa” estão ligadas aos princípios que orientam o processo decisório dentro de uma empresa. Nascimento e Reginato (2007, p. 85) sintetizam: “o modelo de gestão adotado pelas organizações será o elemento definidor da abrangência da governança corporativa, a partir do conjunto de valores, princípios, propósitos, papéis e regras”.

Segundo o IBGC (2009, p. 19), “Governança Corporativa é o sistema pelo qual as organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre proprietários, Conselho de Administração, Diretoria e órgãos de controle”.

Para a Comissão de Valores Mobiliários - CVM (2010b),

Governança corporativa é o conjunto de práticas que tem por finalidade otimizar o desempenho de uma companhia ao proteger todas as partes interessadas, tais como investidores, empregados e credores, facilitando o acesso ao capital. A análise das práticas de governança corporativa aplicada ao mercado de capitais envolve, principalmente: transparência, equidade de tratamento dos acionistas e prestação de contas (CVM, 2010b).

Silveira (2010) coloca que a definição do termo “Governança Corporativa” não é tarefa fácil, existindo dezenas de definições na literatura. Complementarmente, apresenta sua

definição tendo como objeto uma organização com fins lucrativos: “conjunto de mecanismos (internos ou externos, de incentivos ou controle) que visa fazer com que as decisões sejam tomadas de forma a maximizar o valor de longo prazo do negócio e o retorno de todos os acionistas” (SILVEIRA, 2010, p. 3).

Para que se possa compreender melhor o significado e o alcance da governança corporativa, enquanto modelo gerencial, cada dia mais presente nos diversos tipos da moderna organização, é preciso voltar no tempo e analisar, num primeiro momento, os principais fatos que determinaram sua origem.

Berle e Means, em 1932, trataram de três aspectos relevantes na evolução das organizações de então: 1) O afastamento entre a gestão e a propriedade nas grandes corporações; 2) as mudanças no comando das empresas – com a ascensão dos gestores – e as divergências de interesses entre eles; e 3) a inadequação das concepções tradicionais sobre o controle das sociedades abertas e sobre o objetivo clássico da maximização do lucro (BERLE: MEANS, 2007).

Com o crescimento e a diversificação das corporações, os proprietários não conseguem mais continuar controlando plena e diretamente suas empresas. Surge então a necessidade de profissionalização da gestão. Outra realidade que faz presente de maneira mais significativa a partir dos anos 30 (sec. XX) refere-se à dispersão do capital em especial para as companhias anônimas norte-americanas de capital aberto. Em boa parte desse tipo de organização o controle dos negócios e a propriedade já não estão nas mesmas mãos. De uma forma ou de outra, os proprietários são afastados do comando mais direto de seus negócios e por consequência do controle sobre os mesmos.

Frutos dessa nova situação no mundo organizacional, surgem as divergências de interesses entre propriedade e gestão. Os interesses do proprietário, em especial quando da propriedade difusa, podem não convergir com os dos gestores, os quais, ante a omissão ou a impotência dos acionistas, acabam tomando para si as decisões sobre o rumo da organização.

Essa nova realidade determinou o reexame de duas concepções tradicionais observadas na escola clássica da economia: A primeira refere-se à forma de propriedade. Em muitos casos, há uma dissociação entre a propriedade privada, a posse, o domínio e o controle direto exercido pelo proprietário. Surgem situações que vão desde o controle pleno exercido pelos proprietários, passando pelo controle por grupos majoritários ou mesmo por grupos minoritários detentores de um volume expressivo (exemplo: 10 a 15% do capital de controle) frente à alta diluição do restante do capital até o chamado “controle administrativo”, situação em que a dispersão do capital é tão alta que permite o total controle da empresa por parte de

um executivo-chefe e seu *staff*. A segunda refere-se à maximização do lucro. Para gestores não proprietários, o conjunto de motivações difere das dos proprietários. Normalmente esses gestores estão mais interessados em segurança do que em lucros máximos, em usufrutos pessoais do que crescimento do valor da companhia (ANDRADE; ROSSSETTI, 2009).

Após essas considerações preliminares sobre algumas definições de “governança corporativa”, essa seção aborda, dentre outros, alguns aspectos sobre as razões, objetivos, concepções e princípios norteadores das melhores práticas de governança. Inicialmente, porém, será feita uma abordagem mais específica sobre os conflitos de agência, o que se justifica pelo fato de esses conflitos estarem ligados às raízes históricas da governança corporativa, além das questões éticas, foco deste trabalho.

3.1 Teoria da Agência

Os conflitos ligados a propriedade não são recentes. Adam Smith, em 1776, em sua obra *A Riqueza das Nações* já alertava sobre os riscos de os gestores de dinheiro de outras pessoas (diretores das sociedades) se preocuparem com pequenas coisas, fora da área de interesse do proprietário, ou mesmo se aproveitarem, em benefício próprio, da confiança neles depositada. “A raiz dos problemas de governança é inclusive mais antiga do que os textos de Smith, sendo relacionada fundamentalmente à natureza humana. Precipuamente, assume-se que as pessoas procuram maximizar seu bem-estar pessoal [...] ao longo de suas vidas” (SILVEIRA, 2010, p. 34).

Nas organizações, a busca pela utilidade pessoal pode levar o indivíduo a tomar decisões prejudiciais a terceiros, em especial a investidores que confiaram a essa pessoa o poder de tomar decisões em seu interesse. Tem-se então, um problema de direcionamento em tais organizações. Conceitualmente, a teoria mais aceita para discutir a temática da governança e explicar como ocorrem os problemas de desalinhamentos de interesses e quais mecanismos podem ser utilizados para mitigar seus custos é a teoria do agente-principal (SILVEIRA, 2010).

Essa nova relação, conhecida como Teoria da Agência foi cunhada, como tal, por Jensen e Meckling (2000, p. 5) da seguinte forma: “Nós definimos uma relação de agência como um contrato pelo qual uma ou mais pessoas (o principal) contrata outra pessoa (o agente) para executar algum serviço em seu nome o que envolve delegar alguma autoridade para a tomada de decisão do agente”.

Segundo Silveira (2010, p. 34), “a essência da teoria do agente-principal está na compreensão e separação de papéis entre agente (tomador de decisão) e principal (pessoas que confiam as decisões para terceiros)”. Contudo, nem sempre o agente agirá no melhor dos interesses do principal. Como resultado, haverá um problema crítico entre ambos, denominado comumente, problema de agência.

O surgimento de divergências de interesse é consequência natural dessa nova realidade – separação de papéis - e da tendência utilitarista do ser humano. “Se ambas as partes da relação são maximizadoras de utilidade, há boas razões para acreditar que o agente não agirá sempre no melhor interesse do principal” (JENSEN; MECKLING, 2000, p. 5).

Andrade e Rossetti (2009) apontam duas razões para a existência dos conflitos de agência: a não existência do contrato completo e a inexistência do agente perfeito. A primeira razão descrita como “O axioma de Klein” fundamenta-se nas próprias características do ambiente de negócios, imprevisível, sujeito a turbulências e a efeitos-contágio. Nesse contexto, os contratos perfeitos e completos, abrangendo todas as ocorrências possíveis e as respostas às mudanças do ambiente de negócios simplesmente deixaram de existir. As três razões essenciais são: i) o grande número de ocorrências imprevisíveis possíveis; ii) a multiplicidade de reações a cada nova ocorrência; e iii) a crescente frequência de ocorrências imprevisíveis. Outra realidade organizacional diz da diversidade de contratos que envolvem - afora acionistas e gestores - fornecedores, trabalhadores e clientes, com a consequente multiplicação da probabilidade de ocorrências contratuais de difícil definição prévia. Assim, em nome da operacionalidade das empresas, é concedido aos gestores um direito residual de controle, resultante do livre arbítrio para a tomada de decisões em eventos não previstos contratualmente. Esse tipo de decisão pode estar atendendo mais aos interesses dos gestores do que os dos acionistas, gerando conflitos de agência.

A segunda razão – a inexistência do agente perfeito – é descrita por Andrade e Rossetti (2009) como o “Axioma de Jensen e Meckling”. De acordo com as premissas daquele pensamento dificilmente haverá alinhamento de interesses entre gestores e acionistas. A força do interesse próprio se sobrepõe aos interesses de terceiros, mesmo à presença de condições hierárquicas para a tomada de decisões. A suposição é de que a cooperação desinteressada dificilmente prevalecerá em relação ao jogo de interesses. A natureza humana, utilitarista e racional conduz os indivíduos a maximizar suas próprias preferências e os seus objetivos próprios.

Os problemas de agência são alimentados ainda pela assimetria de informações. Antes de sua contratação, o agente possui informações sobre si que podem não ser do

conhecimento do principal. Após sua contratação, seu conhecimento e domínio sobre o dia a dia da empresa tendem a superar aqueles detidos pelo principal. Essas vantagens podem ser utilizadas pelo agente em benefício próprio. Dois fatores referentes a essa relação são evidenciados pela Teoria da Agência: a ação oculta e a informação oculta, conhecidas na literatura como risco moral e seleção adversa. Para diminuir a assimetria, o principal incorre em gastos que lhe permitam assegurar o comportamento futuro do agente. No risco moral, decorrente do desvio de comportamento moral dos agentes e que se manifesta após a efetivação do contrato entre as partes, os custos incorridos pelo principal, visando garantir um comportamento satisfatório do agente, dizem, dentre outros, daqueles referentes ao monitoramento do agente (auditoria, conselho fiscal etc.), os de despesas com seguros e os das perdas residuais. Na seleção adversa, momento em que o agente, diferente do principal, tem plena informação sobre si, os dispêndios, antes da contratação, referem-se, principalmente, aos processos de recrutamento, seleção e formalização do contrato de admissão (NASCIMENTO; REGINATTO, 2007, p. 80-83).

Ao analisar o custo de agência, Jensen e Meckling (2000, p.5) colocam:

O principal pode limitar as divergências de seu interesse através da criação de incentivos apropriados para o agente e, incorrendo em custos de controle, limitar atividades aberrantes do agente. [...] No entanto, é geralmente impossível para o principal ou o seu representante, a custo zero, garantir que o agente tomará decisões ótimas do ponto de vista do principal. Na maioria dos relacionamentos da agência, o principal e o agente vão incorrer em custos de controle positivo e de ligação (pecuniários ou não) e, além disso, haverá algumas divergências entre as decisões do agente e aquelas que maximizariam o bem-estar do principal.

Andrade e Rossetti (2009) ressaltam que os conflitos de agência não se limitam as relações entre a propriedade (principal) e a gestão (agente). Outra categoria de conflito, que prevalece na maioria dos países, é aquela em que a propriedade concentrada está nas mãos de poucos acionistas majoritários no que se refere ao capital votante. Nesses casos, a questão central de agência se dá entre majoritários e minoritários.

Esse segundo conflito de agência é o que ocorre com mais frequência nos países em que a propriedade no sistema corporativo é concentrada e o mercado de capital é imaturo, com pequena expressão em relação a outras fontes de capitalização das empresas. É assim na maior parte dos países emergentes. Na América Latina, como no Brasil, essa é uma questão central da boa governança (ANDRADE; ROSSETTI, 2009, p. 89).

Podem ainda ser elencados pelo menos mais dois tipos de conflitos de agência. Um que envolve as relações entre gestores e empregados, e que se configura pela não utilização, pelos empregados, de toda a sua capacidade nas atividades da empresa. Outro diz respeito à relação conflituosa entre os acionistas, nessa situação assumindo o papel de agente e os seus credores na qualidade de principal:

Entre os acionistas e os credores: os credores emprestam recursos à empresa com taxas baseadas no risco dos ativos existentes na firma, nas expectativas referentes ao risco de futuras adições de ativos, na estrutura existente de capital da empresa (quantia de financiamento da dívida que ela utiliza) e nas expectativas referentes às mudanças da estrutura de capital. O conflito de agência surge quando, por exemplo, os acionistas, juntamente com administradores, assumem novos empreendimentos de risco muito maior do que o antecipado pelos credores, fazendo com que caia o valor da dívida a pagar (ARRUDA; MADRUGA; FREITAS JUNIOR, 2008, p. 78).

Em pesquisa realizada por Dalmácio e Nossa (2003) foram aplicados os conceitos da Teoria da Agência na análise das relações existentes em Fundos de Investimentos. Nesse caso, os investidores (principal) praticamente não têm nenhum controle sobre as ações do administrador (agente). “Quem investe em um fundo está apostando que a administradora vai valorizar a cota do fundo e trazer o melhor retorno para o investimento” (DALMÁCIO; NOSSA, 2003, p. 1).

Dalmácio e Nossa (2003) buscaram verificar a existência de relação entre a taxa de remuneração cobrada pelos administradores e a rentabilidade das carteiras. O objeto principal foi o de verificar uma possível relação de causa-efeito entre a taxa de administração e a rentabilidade dos fundos de investimento. Se o administrador do fundo for remunerado por meio de um pagamento fixo, independente da rentabilidade do fundo, então não há motivos para que ele tente maximizar o retorno dos investidores. No entanto, se for remunerado por meio de cobrança de uma taxa sobre a rentabilidade das carteiras, ele estará propenso a incorrer em maiores riscos com intuito de obter maior retorno. Assim, em caso do sucesso dos investimentos arriscados, os ganhos seriam do investidor e do administrador, porém em caso de fracasso, as perdas seriam apenas dos investidores. Embora a observação empírica não tenha confirmado a hipótese inicial, o trabalho serviu para mostrar outras formas de se pesquisar situações em que possam ocorrer conflitos de agência. “Os conflitos de interesses decorrentes das relações entre agente e principal possibilitam muitas pesquisas empíricas, ainda pouco exploradas no Brasil” (DALMÁCIO; NOSSA, 2003, p. 10).

Conforme já referido anteriormente, os conflitos acarretam gastos e perda de riqueza para o principal, são os custos de agência. A esse respeito, Jensen e Meckling (2000, p. 6) definem os custos de agência como: “a soma de: despesas de acompanhamento pelo principal; despesas por parte do agente (seguros); e 3. perdas residuais”. Ao se referirem a esse último componente, Jensen e Meckling (2000, p.5) colocam: “O equivalente em dólar da redução do bem-estar experimentado pelo principal, como resultado desta divergência também é um custo da relação de agência, e nós nos referimos a esse custo, como perdas residuais”.

Uma das maneiras de minimizar a assimetria da informação e de controlar os problemas de agência, e os custos que acarretam, é o cuidado com práticas de governança corporativa (NASCIMENTO; REGINATO, 2007). Dada a existência de conflitos de interesses, a governança corporativa emerge para procurar resolver o problema de agência, consequência da separação da propriedade e do controle das corporações. A adoção de um conselho de administração, com pessoas diferentes ocupando o cargo de presidente do conselho e de diretor-presidente da empresa, surge como solução, ainda que parcial, economicamente eficiente para minimizar esse problema (BEDICKS, 2009).

Os conflitos de agência decorrentes do oportunismo dos gestores, em especial nas situações de alta dispersão do capital, assim como a falta de equidade de tratamento dispensada aos acionistas minoritários pelo bloco controlador do capital, e os custos que decorrem daqueles desajustes, foram fatores fundamentais para o início da governança corporativa, situação que justificou uma abordagem mais detalhada sobre a teoria. Contudo, há razões outras, que ajudaram a impulsionar o movimento inicial e que precisam ser analisadas. Afora isso, os modelos, os modos de implantação, os resultados esperados, dentre outros, também precisam ser repassados como forma de propiciar, ainda que de forma sintética, uma compreensão geral sobre o tema.

3.2 Governança Corporativa: Concepções e Princípios

Afora os conflitos de agência já abordado, outras razões essenciais, quer de ordem interna, quer determinadas pelas forças do ambiente externo às organizações, ajudaram a impulsionar o crescimento da governança corporativa. Para Silveira (2010, p. 4-6), alguns fenômenos globais contribuíram para o aumento das discussões sobre o tema: i) Crescimento e maior ativismo dos investidores institucionais; ii) Onda de aquisições hostis nos Estados Unidos nos anos 1980; iii) Onda de privatizações nos países europeus e em desenvolvimento; iv) Desregulamentação e integração global dos mercados de capitais; v) Crises nos mercados emergentes no final do século XX; vi) Série de escândalos corporativos nos Estados Unidos e na Europa; vii) Crise financeira global de 2008.

A popularização dos investimentos em bolsa de valores as quais são utilizadas como mecanismo de criação e manutenção de poupança, em parte se dá por meio de investidores institucionais (fundos de investimentos, fundos de pensão, etc.). Mundo afora, milhões de pessoas canalizam para o mercado acionário, através de Fundos de Investimentos ou Fundos de Pensão, pequenas poupanças, em regra destinadas ao complemento de suas

futuras aposentadorias. Por sua vez, aqueles fundos se encarregam de aplicar os recursos de forma maciça com o intuito de potencializar o resultado (DAVIS; LUKOMNIK; PITT-WATSON, 2008).

Nos últimos anos, percebe-se uma mudança de postura dos gestores de fundos. Em especial, os dirigentes dos fundos de pensão começam a enxergar novos valores nas empresas investidas os quais não se limitam àqueles implícitos na cotação das ações de suas carteiras de investimentos. Vislumbram possibilidades de, através de um ativismo direto com a aplicação de regras de governança corporativa, maximizar o desempenho das empresas, assumindo assim, a qualidade de proprietários civis (DAVIS; LUKOMNIK; PITT-WATSON, 2008).

Nos anos 1980, os Estados Unidos vivenciaram uma onda de aquisições hostis (*hostile takeovers*) situação que levou muitos executivos das empresas-alvo a lançar mão de mecanismos de defesa. Verificou-se então o uso crescente de mecanismos *anti-takeover*, os quais ficaram conhecidos genericamente como *poison pills* (pílulas de veneno). Toda essa realidade ajudou a estimular ainda mais o ativismo dos investidores institucionais e um aumento nas discussões sobre governança corporativa (SILVEIRA, 2010).

No Brasil, a abertura da economia, o crescimento dos investimentos estrangeiros no país, as privatizações de empresas estatais, a maximização das empresas brasileiras no mercado internacional, somados ao processo de globalização, concorreram para o crescimento das boas práticas de governança corporativa nas empresas nacionais (MURITIBA *et al.*, 2010).

Nota-se que os mecanismos de Governança Corporativa vêm se desenvolvendo de forma gradativa no Brasil, haja vista ser muito importante para a sobrevivência e o fortalecimento de um ambiente que aporte na segurança, proteção, credibilidade aos acionistas, investidores e maior incentivo às organizações, na busca de mais recursos no mercado corporativo de capitais (MURITIBA *et al.*, 2010).

No período de 2001 a 2003, uma serie de escândalos financeiros com grandes empresas nos Estados Unidos (*Enron, WorldCom, Tyco, Xerox* etc.) e, num momento seguinte na Europa (*Parmalat, Royal Ahold, Vivendi* etc.) mostraram que a governança corporativa precisava ser aprimorada não só em países emergentes, mas também em países desenvolvidos. Como resposta a esse problema, o qual envolvia também outros agentes do mercado financeiro (advogados, auditores, analistas de mercado e executivos de banco de investimentos) o legislativo americano editou e aprovou, em julho de 2002, a Lei Sarbanes-Oxley (SILVEIRA 2010).

O principal objetivo da lei foi recuperar a credibilidade do mercado de capitais, evitando a incidência de novos erros, como os que contribuíram para a falência de

grandes empresas. Para tanto, a Sarbanes-Oxley criou um novo ambiente de governança corporativa e gerou um conjunto de novas responsabilidades e sanções aos administradores visando evitar novas fraudes (SANTOS; LEMES, 2007, p 1).

A seção 406 da SOX prevê a adoção, por parte das empresas listadas nas bolsas americanas, de um Código de Ética para os executivos financeiros. Esse documento, suas alterações ou mesmo a sua não adoção pela empresa, deve ser amplamente divulgado através da Internet ou por outros meios eletrônicos de comunicação. O item “c” daquela seção define ainda que as normas constantes do Código de Ética sejam razoavelmente necessárias para promover: 1) a conduta honesta e ética, incluindo o tratamento ético dos conflitos de interesses, reais ou aparentes, entre relações pessoais e profissionais; 2) divulgação completa, justa, precisa, oportuna e compreensível em relatórios periódicos que devem ser arquivados pelo emitente, e, 3) cumprimento das regras e regulamentos governamentais (USA, 2002).

Com padrões bem mais rigorosos para fiscalização, o Ato também exige total transparência nas demonstrações contábeis e financeiras, impondo responsabilidade sobre informações constantes em relatórios financeiros e contábeis assinados pelos seus principais administradores, executivos, advogados, contadores e auditores externos (FARIAS, 2004).

A Lei norte-americana Sarbanes-Oxley (SOX) estende sua abrangência às empresas estrangeiras, incluindo as brasileiras, registradas na SEC, que possuem ações negociadas nas bolsas de valores dos EUA e também as subsidiárias brasileiras de empresas americanas. Dada a importância de seu objeto, seu conteúdo está sendo replicado, ainda que em partes, na legislação de outros países. No Brasil, pode-se citar como exemplo a Resolução CMN nº 3.198/04 a qual determina a criação de comitês de auditorias nos bancos brasileiros (OLIVEIRA; NIYAMA; OLIVEIRA, 2009).

Castro Neto *et al.* (2006), em pesquisa que teve como universo as empresas brasileiras emissoras de ADRs (2006), procuraram resposta sobre a possibilidade da SOX constituir-se em instrumento ético de resgate da credibilidade das empresas que atuam no mercado mundial. Em resumo, informam:

Os escândalos financeiros que atingiram empresas americanas nos anos 2.000 e 2.001, com reflexos na cadeia produtiva mundial, colocam no centro do debate a importância da Ética na governança das empresas[...]. Tais problemas são hoje avaliados como de falta de observância aos princípios éticos. Este trabalho verifica, pela pesquisa empírica e teórica realizada, que a Lei Sarbanes-Oxley constitui-se em elemento que incorpora valores de justiça social, de responsabilidade social, de educação ambiental, sendo portanto um instrumento ético à disposição da governança das empresas (CASTRO NETO *et al.*, 2006, p. 1).

Como crítica a esse endurecimento da regulação sobre o mercado surge reclamações e reações aos novos custos enfrentados pelas empresas para se adequarem às regras da SOX. De acordo com estudos realizados pela FEI (*Finance Executives*

International) o gasto anual médio reportado por 200 empresas pesquisadas em 2007 foi de US\$ 1,7 milhão (SILVEIRA, 2010). Como reação, houve um impacto no grau de atratividade do mercado norte americano em relação às empresas estrangeiras, muitas das quais, estariam buscando outros endereços, como, por exemplo, o mercado britânico, o qual seguiu uma abordagem menos restritiva. “O novo destino dos IPOs estrangeiros tem sido a bolsa de Londres, que recebeu 139 IPOS de empresas estrangeiras em 2004” (SILVEIRA, 2010 p, 98). Contudo, estudos recentes mostram que, no momento atual, as listagens nas bolsas americanas ainda geram um prêmio maior no valor das companhias estrangeiras quando em comparação com a Bolsa de Londres (SILVEIRA, 2010).

Mais do que uma simples e nova forma de administração, a governança corporativa vem se constituindo em uma nova ordem global. Organismos diversos, de alcance nacional ou mesmo internacional, com apoio de governos e respaldo em diferentes legislações, trabalham no sentido de aprimorar e ampliar a aplicação dos princípios de governança. Nos dias atuais, o alcance dessa nova ordem já transpassou sua aplicação quase que exclusiva na esfera privada, observado nos primórdios do movimento, e alcança outros segmentos como o setor público e o terceiro setor.

Almeida *et al.* (2008), ao pesquisarem sobre as práticas de governança corporativa em empresas públicas na visão dos *stakeholders*, registram que há uma preocupação do Governo Federal brasileiro em aprimorar os mecanismos de gestão nas empresas públicas federais.

O Ministério do Planejamento e Orçamento-MPO, por intermédio do Departamento das Empresas Estatais-DEST, vem discutindo de forma sistemática as questões da governança corporativa em empresas estatais. Para tanto, o DEST já realizou dois seminários sobre a temática, em 2004 e 2005 [...] Nesses eventos especialistas nacionais e internacionais discutiram as práticas de governança corporativa, bem como as experiências do Banco do Brasil e da Petrobrás como empresas participantes do novo mercado e de níveis diferenciados de governança corporativa da BOVESPA (ALMEIDA *et al.*, 2008, p. 2).

Contudo, as ações do poder central, de acordo com a pesquisa, enfrentam dificuldades para uma maior e mais eficaz disseminação dos conceitos e das práticas de governança corporativa junto à maioria das empresas estatais pesquisadas.

O poder executivo, representando o Estado (acionista), não consegue exercer o controle sobre a técnico-burocracia das Diretorias Executivas (agente), mediante atuação do Conselho de Administração. Por outro lado, a sociedade (*stakeholders*) representada pelo sistema político busca exercer uma influência nessas organizações com ações políticas em defesa de um conjunto de interesses diferentes dos objetivos sociais das empresas (ALMEIDA *et al.*, 2008, p. 13).

Assim, uma das dimensões mais relevantes da governança corporativa são os seus princípios, os quais lhe dão sustentação, amarrando concepções, práticas e processos de alta gestão.

Ao início dos anos 1990, foi criada na Inglaterra uma comissão, coordenada por Adrian Cadbury, que teve como missão a elaboração de um código das melhores práticas de governança corporativa. Os trabalhos foram concluídos em 1992 com a apresentação daquele que ficou conhecido como o *Relatório Cadbury*. As práticas de governança ali recomendadas passam a influenciar não só as corporações do Reino Unido como também servir de base para posições semelhantes em outros países (ANDRADE; ROSSETTI, 2009).

Considerado um dos marcos históricos da governança corporativa, os princípios emanados da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) crescem em significância devido à natureza daquela organização (multilateral), com abrangência direta envolvendo 33 países (posição em setembro de 2010), dentre os mais industrializados e mais desenvolvidos do mundo e seu relacionamento ativo com mais outros 70 países, ONGs, e diversas sociedades civis de caráter internacional. Assim, a OCDE, em 1999, editou e divulgou um conjunto contendo seis princípios básicos sobre governança nas organizações. Esses princípios, revisados em 2004 (OCDE, 2010), são apresentados no Quadro 2.

Item	Princípio
I	Garantir um quadro eficaz de Governança Corporativa: a estrutura de governança corporativa deve promover a transparência e a eficiência dos mercados, ser coerente com a estrutura jurídica e articular claramente a divisão das responsabilidades entre as diferentes autoridades de supervisão, regulamentação e execução;
II	Os direitos dos acionistas e funções fundamentais de exercício dos direitos: a estrutura de governança corporativa deve proteger e facilitar a prática dos direitos dos acionistas;
III	Tratamento equitativo dos acionistas: a estrutura de governança corporativa deve assegurar um tratamento equitativo a todos os acionistas, inclusive minoritários e estrangeiros. Todos os acionistas devem ter a oportunidade de obter reparação efetiva em caso de violação de seus direitos;
IV	O papel das partes interessadas no âmbito da Governança Corporativa: a estrutura de governança corporativa deve reconhecer os direitos dos <i>stakeholders</i> estabelecidos por lei ou por acordos mútuos e encorajar a cooperação ativa entre as empresas e <i>stakeholders</i> com vista à criação de riqueza, de emprego e à manutenção sustentada de empresas financeiramente saudáveis;
V	Divulgação de Informação e Transparência: a estrutura da governança corporativa deve assegurar a divulgação oportuna e precisa de todas as questões relevantes relacionadas com a sociedade incluindo situação financeira, resultados, participações sociais e governança da empresa;
VI	Responsabilidades do Conselho de Administração: a estrutura de governança corporativa deve assegurar à gestão estratégica da empresa, um acompanhamento e uma fiscalização eficazes da gestão pelo órgão de administração e a responsabilização do órgão de administração perante a empresa e os seus acionistas.

Quadro. 2: Princípios de governança corporativa da OCDE.

Fonte: OCDE (2010).

Em síntese, os princípios da OCDE informam: i) não há um modelo único de governança corporativa - cada país deve adaptar sua aplicação em alinhamento com a cultura jurídica e econômica local; ii) as práticas de governança não podem ficar alheias às novas exigências de mercado e às institucionais; iii) espera-se dos governos a adoção de mecanismos reguladores que propiciem flexibilidade suficiente para o funcionamento eficaz dos mercados; iv) cabe aos órgãos reguladores de mercado de capitais, as corporações e seus acionistas decidir sobre as práticas de governança corporativa recomendáveis a cada país; v) os princípios de governança aplicados nas empresas são fatores que asseguram a integridade do mercado e o desempenho econômico do país, e vi) os princípios de governança são de natureza evolutiva, devendo, pois, serem revistos sempre que ocorrerem mudanças significativas no contexto corporativo (ANDRADE; ROSSETTI, 2009).

Assim, os principais princípios da governança corporativa que dão sustentação às práticas e aos processos da organização, mais amplamente conhecidos pelas suas expressões originárias em língua inglesa, são, conforme Andrade e Rossetti (2009): *Fairness* (senso de justiça); *Disclosure* (transparência); *Accountability* (prestação de contas) e *Compliance* (conformidade).

- *Fairness*: diz respeito ao princípio que orienta as organizações para um tratamento de equidade a todos os acionistas. Abrange uma participação equânime entre majoritários e minoritários no que se refere ao aumento da riqueza corporativa, à distribuição de resultados das operações e à garantia da presença ativa de todos os sócios em assembleias gerais.

- *Disclosure*: informa da necessidade de a organização cuidar da transparência das informações, em especial as de alta relevância, que impactam os negócios, seus resultados, oportunidades e riscos.

- *Accountability*: prediz da relevância de uma prestação de contas, fundamentada nas melhores práticas contábeis de auditoria.

- *Compliance*: a conformidade no cumprimento de normas reguladoras, expressas nos estatutos sociais, nos regimentos internos e nas normas legais visa evitar desvios, falta de controle ou mesmo a exposição da organização a riscos e a sanções legais.

Conforme Garcia e Souza (2005), a governança corporativa tem sido frequentemente tomada como um sistema de proteção aos acionistas minoritários. Ressalta, porém, que, embora represente maior garantia aos minoritários, não se resume a isso. Também não se pode tomá-la apenas por um conjunto de princípios e que equidade, transparência, responsabilidade pelos resultados e obediência à lei constituem, na verdade, os

objetivos da governança corporativa que com ela não se confundem. A essência da governança corporativa concerne principalmente à estruturação societária. Num conceito mais abrangente e consentâneo com a evolução do fenômeno governança corporativa, os fins dessa não mais se limitam à defesa dos interesses dos acionistas minoritários, mas buscam também, dentre outros, a proteção dos direitos dos demais *stakeholders*.

Ainda que se questionem alguns aspectos referentes ao processo de adesão de uma organização ao modelo de governança corporativa, tais como: o melhor modelo, a qual grupo ou grupos de interesses deva privilegiar ou se os resultados esperados compensam os custos da implantação, hoje em dia há uma quase unanimidade, dentre os mais diversos setores ligados ao universo das organizações, sobre a importância da adoção das boas práticas de governança corporativa.

Hoje, muito dificilmente uma empresa terá sucesso em oferecer suas ações ou outras formas de títulos mobiliários ao mercado de capitais, ou mesmo obterá financiamentos com taxas de juros reduzidas ou investimentos de uma instituição financeira, sem demonstrar a sua aderência e aplicação a um mínimo de boas práticas de governança corporativa (KPMG, 2007, p. 2).

Na defesa da linha de pensamento que trabalha em prol da adoção de boas práticas de governança por parte das organizações surgiram, e continuam a surgir, além da já mencionada OCDE, inúmeras outras instituições, de abrangência nacional e/ou internacional, de natureza jurídica as mais variadas. No Brasil, destaca-se o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa - IBGC, que é apresentado a seguir.

3.3 IBGC

O IBGC é uma sociedade civil de âmbito nacional, sem fins lucrativos, fundada em 1995. Tem sua sede em São Paulo (São Paulo) e unidades, denominadas *Capítulos* em Minas Gerais (Belo Horizonte), Paraná (Curitiba), Rio de Janeiro (Rio de Janeiro) e Rio Grande do Sul (Porto Alegre).

“O IBGC é uma organização exclusivamente dedicada à promoção da Governança Corporativa no Brasil e o principal fomentador das práticas e discussões sobre o tema no país, tendo alcançado reconhecimento nacional e internacional” (IBGC, 2009. p. 4).

Em 1994, o administrador de empresas Bengt Hallqvist e o professor e consultor João Bosco Lodi vislumbraram a necessidade de criação de um organismo destinado a colaborar com a qualidade da alta gestão das organizações brasileiras. [...] Com o passar do tempo, entretanto, as preocupações se ampliaram para questões de propriedade, diretoria, conselho fiscal e auditoria independente. Em 1999, o Instituto passou a se denominar Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). Hoje, é reconhecido nacional e internacionalmente como a principal referência na difusão das melhores práticas de Governança na América Latina (IBGC, 2010).

Na execução de seu objetivo, a promoção da Governança Corporativa, o IBGC atua em diversas frentes. Cursos, eventos, publicações, prêmios, viagens de estudos ao exterior e palestras, fazem parte de seu portfólio. Destaca-se ainda a criação de um banco de conselheiros, criado com a finalidade de propiciar às empresas interessadas uma fonte de provisão para a composição de conselhos. Sob esse aspecto, e visando aprimorar a qualidade de candidatos ou mesmo daqueles que já atuam em conselhos, desenvolve um programa de certificação para conselheiros (administração e fiscal), conjugado com um programa de educação continuada.

Outra atuação do IBGC refere-se à produção de material, impresso, tendo como foco a melhoria da governança corporativa sob todos os aspectos. Assim são produzidos os “Cadernos de Governança Corporativa”. Distribuídos em três séries (seis volumes): Documentos Legais de Governança, Documentos sobre Estrutura e Processos de Governança e Temas Especiais de Governança, através dos quais dissemina conceitos e orienta sobre temas ligados à elaboração de regimentos, ao funcionamento de conselhos, à sustentabilidade, etc. Dessa produção fazem parte ainda as séries “Cartas Diretrizes” e “Estudos de Casos” e o Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa (IBGC, 2010).

No atual momento corporativo brasileiro é marcante a presença do IBGC como fomentador das boas práticas de governança. Seu trabalho, desenvolvido em várias frentes e sob formas variadas é amplamente utilizado como fonte de consulta e referência tanto no meio empresarial quanto nos meios acadêmicos. A BM&FBovespa se utiliza dos conceitos do IBGC sobre governança corporativa no material de apresentação de seus segmentos diferenciados de governança. Os investidores institucionais (PREVI e outros fundos de pensão) mantêm estreito relacionamento com o Instituto.

3.3.1 Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa do IBGC

Adrian Cadbury, antes de ser encarregado de conduzir a comissão que produziu o Relatório Cadbury, já havia criado e aplicado na Cadbury Schweppes um “código de princípios empresariais”. Porém, foi a partir da aprovação da versão final do Relatório Cadbury, em 1992, que os Códigos de Melhores Práticas de Governança Corporativa receberam essa denominação e sob a qual se encontram presentes em praticamente todas as economias do mundo (ANDRADE; ROSSETTI, 2009).

Em praticamente todos os países, os mercados locais passaram a desenvolver (após o código pioneiro “*Cadbury Report*”, no Reino Unido, de 1992) recomendações

estruturadas visando estabelecer um melhor padrão de governança nas companhias. O *website* da ECGN (Rede Europeia de Governança Corporativa), por exemplo, elenca mais de 256 códigos de governança de 70 países (SILVEIRA, 2010, p. 218).

Afora os códigos elaborados por comissões governamentais ou agentes de mercado, algumas companhias também têm formalizado seus próprios códigos de governança. “O Código de governança empresarial considerado pioneiro foi elaborado pela GM (General Motors), em 1992” (SILVEIRA, 2010, p. 219). Ainda conforme aquele autor (2010), desde então, o desenvolvimento de códigos ou diretrizes pelas próprias empresas se difundiu bastante, tornando-se uma forma de as mesmas apresentarem aos investidores seus modelos de governança e as principais políticas adotadas.

No Brasil, o fundo de pensão PREVI-Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil possui o seu Código de Melhores Práticas de Governança Corporativa como elemento direcionador da atuação do Previ e de seus representantes junto às diversas empresas nas quais detém participação acionária. “O Código PREVI de Melhores Práticas de Governança Corporativa é um instrumento fundamental para nortear as relações entre todos os agentes que atuam em nossas participadas e naquelas companhias que partilham os mesmos ideais” (PREVI, 2010).

Por sua vez, a CVM organizou, em 2002, uma cartilha com as “Recomendações da CVM sobre Governança Corporativa” disponível em sua página na Internet.

Esta cartilha contém recomendações da Comissão de Valores Mobiliários – CVM relativas a boas práticas de governança corporativa. A adoção de tais práticas comumente significa a utilização de padrões de conduta superiores aos exigidos pela lei, ou pela regulamentação da própria CVM. Por isto, esta cartilha não constitui uma norma cujo descumprimento seja passível de punição pela CVM. (CVM, 2010b).

O IBGC vem, desde 1999, colocando à disposição dos interessados o seu “Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa”. Após sua versão inicial, focada somente no Conselho de Administração, o documento passou por três revisões (2001, 2004 e 2009), expandindo suas orientações para demais agentes de governança corporativa (sócios, gestores, auditores, conselho fiscal etc.), sempre procurando acompanhar as mudanças no ambiente organizacional. Num trabalho que se desenvolveu ao longo de dois anos e que contou, preliminarmente, com sugestão de associados, a 4. edição do código teve seu contorno final concluído em 2009, após submissão à consulta pública.

O Código de Melhores Práticas de Governança Corporativa do IBGC (2009) está dividido em 6 (seis) capítulos: Propriedade, Conselho de Administração, Gestão, Auditoria Independente, Conselho Fiscal e Conduta e Conflito de Interesses. No capítulo 1, sobre a

Propriedade, são tratados tópicos como o “conceito de uma ação, um voto”, os acordos entre sócios, as regras para as assembleias e reuniões entre sócios, transferência de controle e condições para a saída de sócios, conselhos de família, dentre outros. No tocante ao Conselho de Administração (capítulo 2) são abordados temas como missão, atribuições, composição, qualificação de conselheiros, prazo de mandatos, conselheiros independentes, relacionamentos (com sócios, diretoria, comitês, auditoria e conselho fiscal), reuniões (condução, documentação, confidencialidade etc.).

O capítulo 3, sobre a Gestão, trata da indicação de diretores, as responsabilidades de cada diretor, controles internos e conduta, avaliação e remuneração dos gestores. As recomendações sobre a Auditoria Independente, capítulo 4, versam sobre a atuação esperada, as regras para contratação, remuneração e destituição assim como do tratamento às recomendações da auditoria e às regras de independência que orientam a atividade. O capítulo 5 é dedicado ao Conselho Fiscal e prevê, dentre outros, a composição, a agenda de trabalho, os relacionamentos com outros segmentos (sócios, comitê de auditoria, auditoria independente, auditoria interna), a remuneração e a apresentação de pareceres. Por último, o capítulo 6, o qual trata da Conduta e do Conflito de Interesses, recomenda um modelo de código de conduta e traça algumas orientações sobre questões recorrentes no mundo corporativo tais como: conflito de interesses, uso de informações privilegiadas, política de negociação de ações etc.

Ao comparar o código das melhores práticas do IBGC com outros 7 (sete) códigos apontados como os mais representativos da governança a nível internacional, Silveira (2010) arrola vários pontos de convergência, em maior ou menor grau, entre o código brasileiro e os seus correlatos. Encontrou também situações que diferenciam substancialmente o conteúdo do código das melhores práticas de governança corporativa do IBGC do contido nos demais códigos utilizados no estudo.

A título de exemplo, no Quadro 3 estão relacionadas algumas das diferenças mais acentuadas.

Tema (Dimensão de governança)	O que dizem os principais códigos internacionais de governança	O que recomenda o código do IBGC (2009)
Acordo entre os sócios (Direito dos Sócios)	Os principais códigos praticamente não discutem o teor de eventuais acordos entre grupos de acionistas. Logo não há recomendação a respeito.	Os acordos entre sócios devem estar disponíveis e acessíveis a todos os demais sócios [...] devem conter mecanismos para resolução de casos [...] não devem restringir o direito a voto de quaisquer conselheiros.
Diálogo com investidores institucionais (Direitos dos Sócios)	O Código britânico e o NACD prevêm, como função do Conselho de Administração, um relacionamento aberto e direto com investidores, notadamente os de longo prazo.	O código do IBGC não aborda a questão.
Política de dividendos (Direito dos Sócios)	Nenhum código apresenta recomendações específicas a respeito.	A empresa deve divulgar sua política de distribuição de dividendos e a frequência de revisão de tal documento.
Conselheiros suplentes (Conselho de administração)	Nenhum código faz referência à eventual presença de conselheiros suplentes, muito provavelmente em virtude da inexistência de tal prática nos principais mercados.	A existência de conselheiros suplentes não é uma boa prática de governança corporativa e deve ser evitada.
Número de membros (Conselho de administração)	Nenhum documento faz referência ao tamanho específico dos conselhos. Cada conselho deve avaliar o tamanho de seu colegiado periodicamente. Há uma preocupação com uma formação muito grande o que pode dificultar as discussões e decisões internas.	O número recomendado é de no mínimo 5 e, no máximo, 11 conselheiros.
Conselho Fiscal (Conselho Fiscal)	Esse órgão de governança não existe nos principais mercados de capitais. Como resultado não há recomendações nos principais códigos.	O Conselho Fiscal é parte integrante do sistema de governança das organizações brasileiras. Deve ser visto como um controle independente [...]. Os conselheiros fiscais possuem poder de atuação individual, apesar de o órgão ser colegiado.
Política de divulgação de informações (Ética e Conflito de Interesses)	Como esse tema é definido pela regulação dos diferentes países, os códigos não trazem recomendações específicas a respeito da forma de comunicação de novas informações materiais ao mercado.	Como forma de materializar o princípio de transparência, a organização deve formalizar uma política de divulgação de informações. A premissa é que a divulgação seja completa, objetiva, tempestiva e igualitária.

Quadro 3 – Comparação entre as recomendações dos principais códigos de governança.

Códigos internacionais selecionados: 1) Código da OCDE (2004); 2) Código da ICGN (2009); 3) Combined Code do Reino Unido (2008); 4) Código norte-americano da NACD (2008); 5) Código de governança alemão (2008); 6) Código do governo francês (2008); e 7) King's Report, da África do Sul (2009).

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Silveira (2010, p. 220-248).

O intercâmbio, a troca de informações, o incentivo e o apoio dentre a vasta gama de organismos nacionais e internacionais, de caráter público ou privado, dedicados ao tema de governança corporativa têm servido para desenvolver ideias e, respeitadas as peculiaridades de cada país, alinhar e orientar os mais diversos tipos de organização para o exercício das melhores práticas. Conteúdo importante dessa nova realidade se transmite e se transfere através dos Códigos de Melhores Práticas de Governança Corporativa. Os modelos de códigos estão postos, cabendo aos interessados, efetuadas as adequações necessárias a sua realidade, sua implantação e seu uso efetivo.

A seguir são apresentadas as diretrizes de conduta estabelecidas pelo Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa do IBGC (2009), que serão objeto de análise nos Códigos de Conduta das empresas que compõem a amostra desta pesquisa.

3.3.2 Diretrizes de Conduta do Código do IBGC

O capítulo 6 da 4ª. Edição do Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa do IBGC tem como título Conduta e Conflito de Interesses. Ali estão arrolados diversos assuntos, que, conforme aquele instituto, devem compor um código de conduta organizacional. Código esse que deve abranger o relacionamento entre conselheiros, diretores, sócios, funcionários, fornecedores e demais partes interessadas (*stakeholders*). Ressalta ainda que conselheiros e executivos não devem exercer sua autoridade em benefício próprio ou de terceiros.

O código deve refletir adequadamente a cultura da empresa e enunciar, com total clareza, os princípios em que está fundamentado. Deve ainda apresentar caminhos para denúncias ou resolução de dilemas de ordem ética (canal de denúncias, “*ombudsman*”) (IBGC, 2009, p. 66).

Os assuntos recomendados para o Código de Conduta de uma organização (Item 6.1.1) e que constituem o foco central da pesquisa ora em desenvolvimento, estão relacionados no Quadro 4.

Item	Assuntos que devem constar no código de conduta da organização
1	Cumprimento das leis e pagamento de tributos
2	Operações com partes relacionadas
3	Uso de ativos da organização
4	Conflito de interesses
5	Informações privilegiadas
6	Política de negociação das ações da empresa
7	Processos judiciais e arbitragem
8	<i>Whistle-blower</i>
9	Prevenção e tratamento de fraudes
10	Pagamento ou recebimentos questionáveis
11	Recebimento de presentes e favorecimentos
12	Doações
13	Atividades políticas
14	Direito à privacidade
15	Nepotismo
16	Meio ambiente
17	Discriminação no ambiente de trabalho
18	Assédio moral ou sexual
19	Segurança no trabalho
20	Exploração de trabalho adulto ou infantil
21	Relações com a comunidade, e
22	Uso de álcool e drogas

Quadro 4 - Assuntos que devem constar no código de conduta da organização, segundo o IBGC (2009).
Fonte: Elaborado pelo autor a partir de IBGC (2009).

A seguir, comenta-se sobre cada um dos temas arrolados pelo IBGC que devem constar no código de conduta de uma organização, segundo a visão de alguns autores e/ou normativos.

1) Cumprimento das leis e pagamento de tributos

Inseridos em um estado democrático e de direito como no caso do Brasil (CF 88 artigo 1º) não se espera de todos os seus membros (pessoas e entidades) outra atitude que não seja o estrito cumprimento às leis. É esse agir que respalda a segurança jurídica do país (BRASIL, 2009a).

Já os tributos representam o custo do contrato social, da vida em sociedade. Diretamente, os tributos revertem para a sociedade em forma dos bens e serviços públicos, tais como: segurança pública, saúde, educação, justiça, sistemas de transportes etc. Indiretamente, seu retorno para a vida social está nos efeitos na distribuição de renda (ao arrecadar dinheiro de quem tem para distribuir a quem não tem, os tributos potencialmente reduzem as desigualdades sociais), no incentivo ao desenvolvimento regional ou setorial, na regulação do comércio interno e externo. A sonegação representa ainda um fator de desequilíbrio no mercado ao favorecer indevidamente o sonegador frente ao seu concorrente que cumpre com suas obrigações tributárias (SÃO PAULO, 2010).

Assim, espera-se de uma organização que aplica as boas práticas de governança corporativa o estrito cumprimento das leis e o pagamento de seus tributos, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade e do seu país.

2) Operações com partes relacionadas

As transações com partes relacionadas são operações com alto potencial para conflitos de interesse entre acionistas e administradores ou entre acionistas controladores e minoritários. Em ambientes com alta concentração da estrutura de propriedade, como o brasileiro, tais transações podem ser utilizadas como forma de obtenção dos chamados benefícios privados do controle. São exemplos: a) contratos entre a companhia e seus controladores ou administradores ou ainda negócios entre a companhia e as “partes relacionadas” de conselheiros ou executivos, como parentes ou empresas de seus familiares; b) apropriação de oportunidades de negócios da companhia pelos administradores ou controladores. Os executivos podem se aproveitar de oportunidades de investimento que deveriam ser oferecidas às companhias em primeiro lugar. Por fim, representam as situações nas quais os executivos ou conselheiros se apropriam do valor de mercado de investimentos da companhia em detrimento dos demais acionistas, adquirindo valores mobiliários antes do anúncio de notícias positivas ou vendendo os mesmos antes do anúncio de más notícias (SILVEIRA; PRADO; SASSO, 2009).

Dessa forma, faz-se necessário que as organizações estabeleçam em seus códigos de conduta as normas referentes às transações com partes relacionadas, definindo quais tipos e sob que condições poderão, eventualmente, ser praticadas. Devem ainda prever mecanismos de divulgação de forma a dar total transparência dos atos, tendo como premissa o respeito aos acionistas minoritários e aos potenciais investidores.

3) Uso de ativos da organização

Ativos, na definição de Iudícibus e Marion (2008, p. 15) “são todos os bens e direitos de propriedade da empresa, avaliáveis em dinheiro, que representam benefícios presentes ou futuros para a empresa”.

Os ativos, tangíveis e intangíveis fazem parte do patrimônio da organização e se destinam a auxiliar na realização dos objetivos dessa. Assim, o uso desses bens deve se restringir ao estrito interesse do serviço. Com esse escopo, os regulamentos internos da organização devem contemplar orientações específicas sobre a utilização, as responsabilidades e as exceções admitidas. Regras específicas devem ser definidas quanto ao

gerenciamento e ao uso de equipamentos e tecnologias de informática (envio de mensagens, navegação na internet, utilização de softwares e equipamentos da empresa etc.).

4) Conflito de interesses

Há conflito de interesse quando alguém não é independente em relação ao tema em discussão e pode tomar decisões motivadas por interesses distintos daqueles da organização (IBGC 2009).

É importante prezar pela separação de funções e definição clara de papéis e responsabilidades associadas aos mandatos de todos os agentes de governança, inclusive com a definição das alçadas de decisão de cada instância, de forma a minimizar possíveis focos de conflitos de interesses (IBGC 2009, p. 67).

A esse respeito, o parágrafo 4º do artigo 115 da Lei 6.404/76 (Lei das Sociedades Anônimas) estabelece: “A deliberação tomada em decorrência do voto de acionista que tem interesse conflitante com o da companhia é anulável; o acionista responderá pelos danos causados e será obrigado a transferir para a companhia as vantagens que tiver auferido (BRASIL, 1976).

Portanto, faz-se necessário que o código de conduta, além de estabelecer o comportamento esperado de todos os membros e demais *stakeholders*, apresente, a título de exemplo, algumas situações, dentre as de ocorrência mais provável, em que possa ficar configurado o conflito de interesses.

5) Informações privilegiadas

Conforme disposto no Manual da Política da Divulgação da BM&FBovespa (BM&FBovespa, 2010b), informação privilegiada ou informação relevante é a “informação relativa a Atos ou Fatos relevantes até que sejam divulgados aos órgãos reguladores, às Bolsas de Valores e outras entidades similares e, simultaneamente, aos acionistas e investidores em geral”.

Pelo princípio da equidade, todos aqueles que têm interesse em realizar investimentos no mercado de capitais devem dispor das mesmas informações, a fim de evitar que alguns sejam beneficiados em detrimento dos demais.

É ilegal usar informações privilegiadas (*insider information*) para obter ganhos no mercado financeiro. Somente possuir informações privilegiadas ou ter acesso a elas não caracteriza o *insider trading*. É necessário que delas se faça uso no mercado de valores mobiliários em proveito próprio ou de terceiros. Para configurar o uso indevido de

informações privilegiadas não é necessário que o resultado seja financeiro. Quaisquer outro tipo de benefício obtido por alguém naquela condição deve receber o mesmo tratamento.

Segundo o IBGC (2009, p. 68), “A organização deve também dispor, em documento específico, sobre os procedimentos a serem observados para evitar ou punir o uso indevido dessas informações”.

O código de conduta deve conter as regras internas sobre a conduta esperada daqueles que, de acordo com a estrutura organizacional, tenham acesso a informações marcadas pela empresa como de uso reservado ou confidencial. Pode ainda, na falta de documento específico, conter informações que sirvam de alerta quanto às implicações administrativas e legais que possam incidir sobre os responsáveis em caso de uso inapropriado ou mesmo na falta de cuidados quanto a guarda e o manuseio de documentos da espécie.

6) Política de negociações das ações da empresa

A atratividade dos papéis de uma organização passa, em parte, pela clareza das regras que vigoram dentro da organização: quais direitos e restrições acompanham os diversos tipos de ações e qual a política de suas negociações. Acordo de acionistas, *poison pills* e ações com privilégios, são situações que precisam estar definidas com clareza para oferecer segurança aos atuais e aos futuros acionistas. Segundo o IBGC (2009, p. 69), “A companhia aberta deve adotar, por deliberação do seu Conselho de Administração, uma política de negociação de valores mobiliários de sua emissão”.

Assim, o código de conduta deve detalhar todas as condições aplicáveis às negociações de seus ativos mobiliários de modo a propiciar total transparência e ampla abrangência da respectiva informação.

7) Processos judiciais e arbitragem

A Lei 9.307/96 (BRASIL, 1996), em seu Art. 1º, dispõe: “As pessoas capazes de contratar poderão valer-se da arbitragem para dirimir litígios relativos a direitos patrimoniais disponíveis”.

Na existência de conflitos inconciliáveis por negociação direta entre as partes envolvidas, os procedimentos de mediação e arbitragem surgem como alternativas aos longos e dispendiosos processos judiciais. A arbitragem utilizada, em especial, para a solução de divergências relativas à propriedade já faz parte do pacote de compromissos a ser assumido pelas empresas que aderirem aos Níveis Diferenciados de Governança Corporativa da

BM&FBovespa (BM&FBOVESPA, 2010b); (APÊNDICE A). Analogamente, o artigo 109, § 3º, da lei 6.404/76 (Lei das S.A.) prevê:

O estatuto da sociedade pode estabelecer que as divergências entre os acionistas e a companhia, ou entre os acionistas controladores e os acionistas minoritários, poderão ser solucionadas mediante arbitragem, nos termos em que especificar inclusão do mecanismo nos estatutos das empresas (BRASIL, 1976).

Dessa forma, as empresas devem inserir em seu código de conduta, replicando, se for o caso, as disposições estatutárias, a priorização pelo uso da mediação e da arbitragem, valendo-se da via judicial quando inócuo ou inviável a utilização dos mecanismos extrajudiciais.

8) Whistle-blower

Conforme o IBGC (2009, p. 66), *whistle-blower* é

Pessoa que informa as instâncias competentes sobre atividades ilegais e/ou imorais ou desvio de conduta por parte de pessoas relacionadas com a organização e que tenham potencial de afetar a organização. As denúncias podem ser efetuadas às pessoas competentes dentro da organização ou aos reguladores, imprensa ou entidade pública.

A inserção desse assunto no código de conduta deve vir acompanhada de alguns cuidados específicos no que tange à proteção contra eventuais retaliações à pessoa do agente (função específica ou aberta a qualquer funcionário). Como forma de esclarecimentos e disseminação do tema junto a todos os membros da organização, deve ainda detalhar os objetivos da atividade e a sua importância para o aprimoramento da conduta ética da organização.

9) Prevenção e tratamento de fraudes

Segundo Noronha (1991, p. 360), ao se referir à fraude o direito penal brasileiro coloca que “nosso código penal fala em *estelionato e outras fraudes*, donde estelionato é fraude e fraude, neste passo, é a lesão do patrimônio por meio do engano”.

Sob um enfoque mais empresarial, Gil (1998, *apud* CARVALHO; OLIVA, 2006, p. 1), coloca:

Fraude tem o caráter de ação intencional e prejudicial, praticada por profissional interno e externo à organização, em termos de modificação – quebra de segurança lógica ou captação, quebra de confidencialidade – com uso não autorizado, contra ativo intangível (ideias, processos e resultados empresariais).

A colocação formal de como a empresa trabalhará a prevenção às fraudes e de como conduzirá os processos de apuração e decisão na eventual ocorrência desse tipo de incidente demonstra segurança e prediz tratamento equilibrado e justo. A falta de

normatização para o assunto pode redundar na aplicação de julgamentos subjetivos, propensos a erros e passíveis de questionamentos, inclusive pela via judicial, podendo acarretar em maiores prejuízos para a organização. Assim, o código de conduta deve informar sobre mecanismos objetivos de combate às fraudes cujos detalhamentos poderão constar do próprio código ou remeter à regulamento interno específico.

10) Pagamentos ou recebimentos questionáveis

A existência de uma política clara de como todos dentro da organização devam se comportar em relação a pagamentos e recebimentos que fujam à normalidade dos negócios e, em razão disso, são proibidos, serve, a priori, para orientar as ações e o comportamento tanto dos colaboradores internos quanto das demais partes interessadas (*stakeholders*) além de deixar claro para todos qual é a orientação ética da empresa.

Portanto, a colocação formal e objetiva no código de conduta da organização serve para evitar que decisões pessoais, independentes da intencionalidade, possam vir a comprometer a imagem organizacional.

11) Recebimento de presentes e favorecimentos

A orientação geral deve ser a de que tanto a empresa quanto seus funcionários recusem o recebimento de presentes e outros favorecimentos passíveis de questionamento do ponto de vista moral. Exceções podem ser estabelecidas para brindes constituídos de material promocional ou aqueles de pequeno valor (limite a ser estipulado pela organização) podendo ainda ser definida a destinação a ser dada a esses recebimentos. Outras situações que possam configurar favorecimento pessoal, como, por exemplo, o custeio de refeições e viagens precisam ser detalhadamente reguladas no código de conduta da organização de forma a não deixar margens para interpretações dúbias.

12) Doações

Segundo Diniz (2006, p. 481), “A doação é o contrato em que uma pessoa, por liberalidade, visa transferir do seu patrimônio bens ou vantagens para o de outra, que os aceita”.

De acordo com o IBGC (2009), deve ser assegurada a maior transparência quando da utilização de recursos da organização para fins de doações. Deve ser estabelecida uma política que regule as contribuições voluntárias, inclusive políticas. Os recursos são da sociedade e, portanto, não devem servir para promoções individuais de administradores ou

funcionários. O código de conduta da organização deve estabelecer claramente as regras sobre o assunto.

13) Atividades políticas

Algumas organizações costumam efetuar contribuições políticas a partidos e candidatos. Permitem ainda que, em época de campanha eleitoral, candidatos possam comparecer a suas plantas para apresentação de planos e solicitação de votos dos funcionários. Cabe ao Conselho de Administração traçar as diretrizes de como serão conduzidas as doações e contribuições, observada a legislação pertinente, e de como deve se portar o público interno em relação às atividades políticas no ambiente de trabalho (IBGC, 2009). Comumente, manifestações político-partidárias são proibidas visando-se assim evitar problemas de relacionamento interno e quebra de produtividade.

As orientações sobre as atividades políticas, inclusive sobre as contribuições, devem estar estabelecidas no código de conduta da organização.

14) Direito à privacidade

No Brasil, de acordo com a CF/88, Art. 5º, X, o direito à privacidade é um preceito constitucional. “São invioláveis, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação” (BRASIL, 2009a).

Como função da área de Recursos Humanos, é normal que a empresa organize e mantenha um banco de dados abrangendo todo seu quadro funcional. Os dados são coletados quando do ingresso e mantidos/atualizados ao longo da permanência do empregado na organização. Contudo, o acesso e a utilização desses dados devem se dar no estrito interesse do profissional e da organização, devendo a empresa assegurar sua confidencialidade. Usos indevidos acarretam quebra de confiança e podem redundar em responsabilização para os responsáveis e para a organização.

O código de conduta deve informar, objetivamente, qual é a política da empresa em relação ao tratamento de dados pessoais, as responsabilidades que assume perante as pessoas da organização assim como qual o tratamento a ser dado em casos de inobservância das regras internas.

15) Nepotismo

Nepotismo (do latim *nepos*, netos ou descendentes) é o termo designado para o favorecimento de parentes em detrimento de pessoas mais qualificadas especialmente no que diz respeito à nomeação ou elevação de cargos.

Nepotismo é o favorecimento dos vínculos de parentesco nas relações de trabalho ou emprego. As práticas de nepotismo substituem a avaliação de mérito para o exercício da função pública pela valorização de laços de parentesco. Nepotismo é prática que viola as garantias constitucionais de impessoalidade administrativa, na medida em que estabelece privilégios em função de relações de parentesco e desconsidera a capacidade técnica para o exercício do cargo público (CNJ-CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA, 2010).

As organizações devem estabelecer se, e em que condições, poderão ser admitidos ou promovidos parentes de funcionários, em especial, quando se tratar de parentes (e afins) de pessoas detentoras de cargos dentro da empresa.

16) Meio Ambiente

De acordo com a resolução CONAMA 2002:306, item XII: “Meio ambiente: conjunto de condições, leis, influência e interações de ordem física, química, biológica, social, cultural e urbanística, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas” (CONAMA-CONSELHO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE, 2002).

Encontra-se na ISO 14001:2004 a seguinte definição sobre meio ambiente: “circunvizinhança em que uma organização opera, incluindo-se ar, água, solo, recursos naturais, flora, fauna, seres humanos e suas inter-relações.” Assim, uma organização é responsável pelo meio ambiente que a cerca, devendo, portanto, respeitá-lo, agir como não poluente e cumprir as legislações e normas pertinentes (ISO, 2010).

O código de conduta deve esclarecer como a organização e seus membros devem agir em defesa do meio ambiente. Dependendo das atividades da empresa, em especial para aquelas cujos processos fabris sejam potencialmente poluidores, é aconselhável detalhar, no próprio código ou remetendo a documento específico, todo o conjunto das práticas preventivas e de reparação, se necessárias.

17) Discriminação no ambiente de trabalho

De acordo com o artigo 1º da convenção nº 111 da OIT, o termo discriminação abrange todo o tipo de distinção, exclusão ou preferência em razão de raça, cor, sexo, nacionalidade etc., as quais possam anular, reduzir ou interferir no equilíbrio de oportunidades ou tratamento no emprego ou profissão (BRASIL, 2010b).

A mesma convenção da OIT não considera como discriminação situações para as quais, pela natureza da tarefa, sejam exigidas qualificações específicas para um determinado emprego.

Afora as disposições da convenção internacional, da qual o Brasil é signatário, de modo geral, no país, toda a igualdade de tratamento é um direito constitucional. Assim, o Preâmbulo do Art. 5º da Constituição Federal/ 88 estabelece “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza [...]” (BRASIL, 2009b). Conforme CF/88, Art. 5º, XLII, para alguns tipos de discriminação aquela Carta Magna prevê tipificação criminal: “a prática de racismo constitui crime inafiançável e imprescritível [...]” (BRASIL, 2009b).

Em consonância com as determinações legais e com os princípios éticos e de governança corporativa (respeito às demais partes interessadas), os códigos de conduta devem conter o posicionamento da organização e o tratamento a ser dispensado para os casos em que se configurem a discriminação no emprego.

18) Assédio moral ou sexual

O Manual do Empregador Urbano editado pelo Ministério de Trabalho e Emprego, define assédio moral e assédio sexual conforme:

Assédio moral: É toda e qualquer conduta abusiva (gesto, palavra, escritos, comportamento, atitude etc.) que, intencional e frequentemente, fira a dignidade e a integridade física ou psíquica de uma pessoa, ameaçando seu emprego ou degradando o clima de trabalho.

Assédio sexual: É a abordagem, não desejada pelo outro, com intenção sexual ou insistência inoportuna de alguém em posição privilegiada que usa dessa vantagem para obter favores sexuais de subalternos ou dependentes. Para sua perfeita caracterização, o constrangimento deve ser causado por quem se prevaleça de sua condição de superior hierárquico ou ascendência inerentes ao exercício de emprego, cargo ou função (BRASIL, 2010b, p. 30).

Aquele documento ressalta ainda que Assédio Sexual é crime (art. 216-A, do Código Penal, com redação dada pela Lei nº 10.224, de 15 de maio de 1991).

Assim, o código de conduta da empresa deve conter regras explícitas a respeito dos temas e sobre o comportamento esperado de todos no trabalho. Deve ainda ressaltar as implicações éticas e legais que envolvem as situações da espécie e os riscos a que se submetem os infratores, e por extensão a empresa, pela prática de ambos os tipos de assédio no ambiente de trabalho.

19) Segurança no trabalho

De acordo com Cruz (1998), segurança do trabalho é definida como "o conjunto de medidas que versam sobre condições específicas de instalação do estabelecimento e de suas máquinas, visando à garantia do trabalhador contra a natural exposição aos riscos inerentes à prática da atividade profissional".

Na legislação brasileira, o assunto Segurança e Medicina do Trabalho está previsto na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) nos artigos 154 e seguintes. A CLT, artigo 157, dispõe: “Cabe às empresas: I - cumprir e fazer cumprir as normas de segurança e medicina do trabalho [...]” (BRASIL, 2009a).

Por determinação legal, as organizações, de um modo geral, devem contar com serviços especializados de segurança e medicina no trabalho. Assim, devem ser constituídas: Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), em empresas com mais de 20 empregados celetistas (NR 5 do MTE) e Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT) (NR 4 do MTE) em empresas com mais de 50 empregados celetistas. Para dimensionamento dos quadros – membros da CIPA/ quantidade e formação dos técnicos da área de medicina do trabalho - as duas normas (NR4 e NR5 do MTE) conjugam o risco da atividade principal com o número de empregados do estabelecimento/local de trabalho (BRASIL, 2010b).

Afora a existência, ou não, das estruturas antes citadas, há ainda a previsão legal sobre as responsabilidades tanto do empregador como do empregado, com referência à segurança e medicina no trabalho (CLT, art. 154 e seguintes). Nesse contexto, os códigos de conduta, além de conter regras básicas sobre segurança no trabalho, devem servir como um facilitador e um elo entre os membros da organização e aquelas estruturas (CIPA e SESMT).

20) Exploração do trabalho adulto ou infantil

As relações de trabalho, em nível internacional, são tratadas pela OIT- Organização Internacional do Trabalho, órgão das Nações Unidas, encarregada, dentre outras funções, de elaborar convenções as quais se aplicam aos países signatários, dentre eles o Brasil. Tanto o trabalho infantil quanto o trabalho forçado são objetos de normas regulamentadoras. Com referência ao trabalho infantil:

A Convenção nº 138 da Organização Internacional do Trabalho (OIT), de 1973, no artigo 2º, item 3, fixa como idade mínima recomendada para o trabalho em geral a idade de *16 anos*. No caso dos países-membros considerados muito pobres, a Convenção admite que seja fixada inicialmente uma idade mínima de 14 anos para o trabalho (OIT-BRASIL, 2010a).

No Brasil, a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), em seus artigos 402 e seguintes, disciplina o trabalho de menores de idade. “Art. 402 . Considera-se menor para os efeitos desta Consolidação o trabalhador de 14 (quatorze) até 18 (dezoito) anos”. O artigo. 403 dispõe: “É proibido qualquer trabalho a menores de 16 (dezesesseis) anos de idade, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 (quatorze) anos” (BRASIL, 2009a).

Com relação ao trabalho forçado:

Convenção 29 - Trabalho forçado (1930): dispõe sobre a eliminação do trabalho forçado ou obrigatório em todas as suas formas. Admitem-se algumas exceções, tais como o serviço militar, o trabalho penitenciário adequadamente supervisionado e o trabalho obrigatório em situações de emergência, como guerras, incêndios, terremotos etc. (OIT-BRASIL, 2010b).

Convenção 105 - Abolição do trabalho forçado (1957): proíbe o uso de toda forma de trabalho forçado ou obrigatório como meio de coerção ou de educação política; como castigo por expressão de opiniões políticas ou ideológicas; a mobilização de mão de obra; como medida disciplinar no trabalho, punição por participação em greves, ou como medida de discriminação (OIT BRASIL, 2010b).

Ante as disposições acima, complementadas pelas regras do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), (BRASIL, 1990), cabe às empresas replicar em seus códigos de conduta as situações em que configuram a exploração do trabalho escravo bem como sua política a respeito do assunto. Quanto ao trabalho de menores, observadas as permissões legais e os interesses da empresa, caso se efetive contratações da espécie, todo o quadro funcional deve ser orientado para as características desse tipo de trabalhador, suas expectativas, carências e limitações. Devem ser registrados os cuidados especiais a serem adotados para com os mesmos, de forma a se evitar desvios de função, tendo em conta a legislação e o compromisso ético da empresa em ajudar na formação do futuro cidadão.

21) Relações com a comunidade

Em seu Relatório de Responsabilidade Social Empresarial (2010), o Instituto Ethos informa:

A comunidade em que a empresa está inserida fornece-lhe infraestrutura e o capital social representado por seus empregados e parceiros, contribuindo decisivamente para a viabilização de seus negócios. [...]. O respeito aos costumes e às culturas locais e o empenho na educação e na disseminação de valores sociais devem fazer parte de uma política de envolvimento comunitário da empresa, resultado da compreensão de seu papel de agente de melhorias sociais (ETHOS, 2010).

Cabe ainda à empresa cuidar dos impactos que suas atividades possam causar na comunidade de seu entorno. Em sua inserção na comunidade é pressuposto de que a empresa respeite as normas e costumes locais, mantendo uma interação dinâmica e transparente com os grupos locais e seus representantes, a fim de que possam solucionar conjuntamente

problemas comunitários ou resolver de modo negociado eventuais conflitos entre as partes (ETHOS, 2010).

A inserção do assunto no código de conduta da organização, além de servir como um orientador para ações quer sejam institucionais, quer sejam pessoais (seus membros) em relação à comunidade do entorno, serve para demonstrar para o mercado como um todo e para aquela comunidade, em específico, a importância e o valor que ela representa para a organização.

22) Uso de álcool e drogas.

O uso de drogas no local de trabalho é um problema mundial de saúde pública. E, portanto, deve ser tratado sem discriminação, recomenda a Organização Internacional do Trabalho (OIT). Dados levantados pela OIT indicam que 20% a 25% dos acidentes de trabalho no mundo envolvem pessoas intoxicadas que machucam a si mesmas e a outros (OIT, 2010).

No Brasil, a CLT, em seu artigo 482, alínea *f*, permite ao empregador a rescisão do contrato de trabalho do empregado por justa causa em caso de embriaguez habitual ou em serviço (BRASIL, 2009a).

No âmbito das relações de emprego, a intoxicação habitual faz com que o trabalhador se mantenha em atividade, enquanto pode, por mera obrigação. Passada a fase da euforia e da desinibição, vem a fase da dependência, cuja tendência é se agravar a ponto de dominar totalmente o organismo humano. O uso periódico e prolongado reduz a capacidade para o trabalho na medida em que afeta o raciocínio, a concentração etc., alterando sobremaneira o comportamento do trabalhador relativamente à sua responsabilidade, postura, valores morais e todo o mais que possa excluí-lo do convívio social (CATHO, 2010).

Assim, o código deve prever as situações aceitas sob determinadas condições (consumo do tabaco) e aquelas que não serão toleradas em suas dependências (embriaguês e consumo/tráfico de drogas ilícitas), quer por razões econômicas ou de segurança, quer pela possibilidade de, em determinados casos, ser configurado como ilícito penal, podendo colocar em risco a imagem da organização (BRASIL, 2006).

Esse rol de assuntos recomendados pelo IBGC para o código de conduta das organizações não é conclusivo. Trata-se de um elenco de temas que serve de guia aos interessados os quais podem tomá-lo como indicação quando da elaboração de seus códigos nas organizações. A realidade da empresa, sua cultura, seus princípios e as mudanças

almejadas é que deverão determinar a melhor utilização das recomendações, suprimindo itens ou buscando, em outras fontes, eventuais lacunas existentes.

4. METODOLOGIA

Por metodologia entende-se um conjunto de regras as quais procuram dar uma sistematização a todos os passos desenvolvidos durante a realização de uma pesquisa científica. É, pois, uma orientação instrumental. Segundo Martins e Theóphilo (2009, p. 34), “o objetivo da metodologia é o aperfeiçoamento dos procedimentos e critérios utilizados na pesquisa”.

Assim, a orientação instrumental se vincula aos objetivos da pesquisa, ao problema investigado e às hipóteses. Em razão desses elementos dá-se a escolha dos instrumentos que o pesquisador utilizará em seu trabalho.

A pesquisa se justifica frente a um problema que se apresenta sem conhecimentos científicos suficientes para obter-se uma solução. Para empreender um trabalho dessa envergadura, exige-se do pesquisador a aplicação de procedimentos metodológicos que venham suportar a condição científica da averiguação.

Os métodos são instrumentos imprescindíveis para o desenvolvimento da investigação científica. [...] Sem o emprego deles tudo será especulação sem fundamento, pois somente com o embasamento dos procedimentos metodológicos é que se poderá assegurar o desenvolvimento e a coordenação das diversas etapas. Porém tudo deve ser baseado num planejamento adequado em função da investigação (FACHIN, 2001).

Em pesquisa científica, a escolha do método depende de uma postura filosófica sobre a possibilidade de investigar a realidade. Aparecem então duas tradições em ciência: o positivismo e a fenomenologia. O método quantitativo, assentado ao positivismo, enfatiza a utilização de dados padronizados os quais permitem ao pesquisador elaborar sumários, comparações e generalizações, em razão de que a análise de dados é baseada no uso de estatísticas, já o método qualitativo, fundado na tradição fenomenológica, parte da perspectiva de que o mundo e a realidade não são objetos exterior ao homem, mas socialmente construídos e recebem um significado a partir do homem. A pesquisa qualitativa procura o que é comum, mas não despreza as individualidades e os significados múltiplos, em vez de destruí-los na busca por uma média estatística (ROESCH, 2006).

Para Collis e Hussey (2005, p. 15), a pesquisa científica, é um processo de perguntas e investigação, sistemático e metódico, para aumentar o conhecimento. Tem como objetivos: revisar e sintetizar o conhecimento existente, investigar alguma situação ou problema, fornecer soluções para um problema, explorar e analisar questões mais gerais, construir ou criar um novo procedimento ou sistema, explicar um novo fenômeno, gerar um novo conhecimento como também combinações entre quaisquer desses itens.

Esta seção apresenta uma visão geral da metodologia que orienta essa pesquisa. Têm-se, com efeito, informações sobre a tipologia da pesquisa, a descrição da população e amostra e o processo de coleta e tratamento dos dados.

4.1 Tipologia da Pesquisa

Quanto aos fins propostos, trata-se de uma pesquisa descritiva. A pesquisa descritiva procura descobrir, com a precisão possível, a frequência com que o fenômeno ocorre, suas características e sua relação e conexão com outro fenômeno. A coleta de dados aparece como uma das tarefas características da pesquisa descritiva (BASTOS, 2004).

Quanto à natureza, trata-se de uma pesquisa quantitativa. O método quantitativo caracteriza-se pelo emprego da quantificação. Essa quantificação abrange tanto os procedimentos de coleta de informações, quanto o tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais básicas como percentual, média, desvio-padrão, às mais sofisticadas e complexas como coeficiente de correlação, análise de regressão etc. (RICHARDSON, 2008).

Ainda segundo Richardson (2008, p. 70), “o método quantitativo representa, em princípio, a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar distorções de análise e interpretação, possibilitando, conseqüentemente, uma margem de segurança quanto às inferências”.

A pesquisa quantitativa, conforme Collis e Hussey (2005), é objetiva por natureza por estar focada na mensuração de fenômenos envolvendo coletar e analisar dados numéricos e aplicar testes estatísticos. A pesquisa quantitativa é utilizada neste estudo para verificar o grau de adesão das empresas ao conteúdo do código de conduta para uma organização recomendado pelo IBGC (2009) e para verificar se existe diferença do grau de adesão entre as empresas listadas no conjunto de segmentos Níveis Diferenciados de Governança Corporativa - NDGC (Novo Mercado, Nível 2 e Nível 1), quando comparadas com as do segmento Tradicional Bovespa (TB) da BM&FBovespa.

Quanto aos procedimentos, inicialmente, foi realizada pesquisa bibliográfica, explorando as literaturas nacional e estrangeira que tratam sobre os temas ética, teoria de agência e governança corporativa, abrangendo livros e artigos publicados em anais de eventos e periódicos.

A pesquisa bibliográfica ajuda a explicar o problema a partir de um referencial teórico. A base desse tipo de pesquisa é a análise da literatura já publicada em forma de livros,

revistas, publicações avulsas, artigos, dissertações, teses e até o material disponibilizado na internet (BASTOS, 2004).

Num segundo momento, foram consultados os códigos de ética nos sites institucionais das empresas pesquisadas, utilizando-se, assim, de pesquisa documental. “Embora os documentos sejam fontes estáveis de dados, faz-se necessário a análise dos dados em observância aos objetivos da pesquisa, a verificação se são realmente representativos e a interpretação correta” (BASTOS, 2004, p. 38).

A leitura dos códigos, através de acessos aos *websites*, possibilitou identificar a adesão a cada uma das recomendações listadas no item 6.1.1 da 4ª edição do Código de Melhores Práticas de Governança Corporativa do IBGC (2009). Para efeito desta pesquisa, foram consideradas e computadas as menções aos assuntos em correspondência com as recomendações do IBGC (existência ou não) sem, contudo, analisar-se a essência de cada um dos itens dos códigos das empresas. A utilização dos *websites* das empresas parte da premissa de que o uso de ferramentas da *internet* é o meio mais adequado de se atender ao princípio da transparência (*disclosure*), um dos pilares da governança corporativa. Considere-se ainda a universalização propiciada pela possibilidade de acesso ilimitado, característica da *web*.

4.2 População e Amostra

O universo da pesquisa corresponde as 419 (quatrocentos e dezenove) empresas listadas na BM&FBovespa as quais compõem os segmentos Níveis Diferenciados de Governança Corporativa (NDGC) - Novo Mercado (NM), Nível 2 (N2) e Nível 1 (N1) - assim como o segmento Tradicional Bovespa (TB) da BM&FBovespa, sendo, 107 empresas do Novo Mercado; 19 empresas do Nível 2; 35 empresas do Nível 1 e 258 empresas do Tradicional Bovespa (posição em 30.06.2010). O “Anexo A” apresenta o rol e a quantidade de empresas distribuídas pelos respectivos segmentos, componentes do universo e da população de pesquisa.

O grupo de segmentos que compõem os Níveis Diferenciados de Governança Corporativa (Novo Mercado, Nível 2 e Nível 1) da BM&FBovespa destaca-se dos demais, inclusive do Tradicional Bovespa, pela adesão voluntária e em nível crescente (N1<N2<NM) de regras específicas relacionadas às melhores práticas de governança corporativa (Apêndice A), que vão além daquelas estabelecidas legalmente (leis, resoluções, regulamentos etc.) de aplicabilidade sobre todos os participantes do mercado.

Uma das segmentações utilizadas pela BM&FBovespa para as empresas listadas refere-se ao setor de atuação. A classificação setorial tem como propósitos, dentre outros, fornecer uma identificação mais objetiva dos setores de atuação das empresas, permitindo assim, uma visão sobre aquelas organizações que, embora com atividades diferentes, atuem em estágios similares dentro das diversas cadeias produtivas. Visa ainda aproximar seus critérios daqueles utilizados pelo mercado financeiro nacional e internacional. (BM&FBovespa 2010a).

A classificação setorial da BM&FBovespa está assim constituída: 1) Bens Industriais; 2) Construção e Transporte; 3) Consumo Cíclico; 4) Consumo Não Cíclico; 5) Financeiro e Outros; 6) Materiais Básicos; 7) Petróleo, Gás e Biocombustíveis; 8) Tecnologia da Informação; 9) Telecomunicações e 10) Utilidade Pública.

A distribuição de toda a classificação setorial da BM&FBovespa (setores, subsetores e segmento) é apresentada no Anexo C.

A amostra utilizada, intencional e não aleatória, corresponde àquelas empresas, dentro do universo da pesquisa, as quais disponibilizam em seus *websites*, seus códigos de conduta/ética (posição em julho de 2010). Dessa forma, fazem parte da amostra 166 empresas, sendo 103 listadas nos NDGC (60 do NM, 13 do N2, e 30 do N1) e 63 listadas no segmento TB da BM&FBovespa.

4.3 Coleta de Dados

As fontes de coletas de dados, segundo Collis e Hussey (2005), estão representadas em dois grandes grupos: os dados originais, que são conhecidos como dados primários, normalmente coletados por entrevista, questionário, experimento etc., e os dados secundários, que são aqueles já disponibilizados por meio de livros, documentos, manuais, relatórios etc.

Para fins deste estudo, utilizou-se a fonte secundária representada pelas obras consultadas para o desenvolvimento do referencial teórico, além dos códigos de conduta/ética obtidos nos *websites* das empresas componentes da amostra.

Os dados e as informações coletadas foram impostados em planilha (instrumento de coleta), elaborada com o uso do *software Microsoft Excel* (Apêndice B) e tabulados e analisados de forma adequada. O trabalho de coleta foi efetuado em duas etapas: 1) coleta; e 2) conferência dos dados coletados. Essa fase compreendeu ainda o armazenamento, em banco de dados, de todos os códigos de conduta/ética pesquisados.

Adicionalmente foram identificadas e coletadas algumas características dos códigos e das empresas pesquisadas tais como setor de atividade, internacionalização do capital e título adotado para o Código, para comparar com os resultados encontrados contemplando os assuntos recomendados pelo IBGC (2009).

A identificação das características adicionais das empresas foi realizada por meio de consulta a publicações especializadas (Maiores e Melhores da Revista Exame, edição 2010) (EXAME, 2010) e aos *websites* da BM&FBovespa (BM&FBovespa, 2010a), Comissão de Valores Mobiliários (CVM, 2010c) e *New York Stock Exchange* (NYSE, 2010).

4.4 Tratamento dos Dados

Os dados coletados foram classificados de forma sistemática e dispostos na planilha, conforme já mencionado, para possibilitar a realização das análises. A categorização dos dados está relacionada com os 22 temas que devem constar no código de conduta de uma organização, segundo recomendação do IBGC (2009) e já elencados no Quadro 4 (Seção 3).

Com relação ao tratamento dos dados coletados, inicialmente foi realizada uma análise descritiva dos mesmos, em função das categorias que relacionam os 22 temas recomendados pelo IBGC (2009), identificando, dentre outras, eventuais diferenças decorrentes das características das empresas. Em seguida, os dados foram processados no *software SPSS Data Statistics* para auxiliar nas análises e na interpretação de forma adequada.

Para a presente pesquisa, foi criada ainda uma variável Nota de Adesão, resultante da soma dos valores atribuídos às variáveis relacionadas com o nível de adesão às recomendações do IBGC (2009). A variável Nota de Adesão de cada empresa recebeu um valor inteiro entre 0 e 22. O valor 0 indica que a empresa não aderiu a nenhuma das recomendações e a nota 22 aponta que a empresa aderiu a todas as recomendações do IBGC sobre código de conduta para uma organização, sendo, portanto, a nota máxima (22) que cada empresa pode obter.

Com o objetivo de identificar eventuais diferenças entre os grupos das empresas estudadas (NDGC e TB) e proporcionar resultados que possam contribuir para analisar e demonstrar o relacionamento entre algumas variáveis dos grupos da amostra, utilizou-se o teste de comparação de médias.

Assim, inicialmente realiza-se o teste estatístico de Kolmogorov-Smirnov – para verificar a distribuição dos dados e, depois, o teste de média – Mann-Whitney ou t (Student), dependendo do resultado do teste Kolmogorov-Smirnov.

Caso o teste de diagnóstico indique uma distribuição normal, utiliza-se o teste de média t (Student) para avaliar se existem diferenças significativas entre as médias dos segmentos (NDGC e TB) de listagem da BM&FBovespa investigados. Tais condições são os graus de adesão aos assuntos recomendados pelo IBGC (2009) para elaboração de um código de conduta empresarial.

Por outro lado, se a distribuição apontada pelo teste de Kolmogorov-Smirnov for o de “não normalidade”, utiliza-se o teste de Mann-Whitney. Esse teste não exige nenhuma hipótese sobre distribuições populacionais e suas variâncias.

Considerando que as Notas de Adesão das empresas do conjunto de segmentos dos Níveis Diferenciados de Governança Corporativa (NDGC) são superiores as Notas de Adesão das empresas do segmento Tradicional Bovespa (TB), apresenta-se as seguintes hipóteses operacionais para a pesquisa:

- H_1 : as médias das Notas de Adesão das empresas dos NDGC são maiores que as médias das Notas de Adesão do TB;
- H_2 : as médias das Notas de Adesão das empresas do NM são maiores que as médias das Notas de Adesão do TB;
- H_3 : as médias das Notas de Adesão das empresas do NM são maiores que as médias das Notas de Adesão do N1;
- H_4 : as médias das Notas de Adesão das empresas do NM são maiores que as médias das Notas de Adesão do N2;
- H_5 : as médias das Notas de Adesão das empresas do N2 são maiores que as médias das Notas de Adesão do TB;
- H_6 : as médias das Notas de Adesão das empresas do N2 são maiores que as médias das Notas de Adesão do N1 e
- H_7 : as médias das Notas de Adesão das empresas do N1 são maiores que as médias das Notas de Adesão do TB.

Além do teste de média, utilizou-se a Análise de Correspondência (ANACOR) para investigar a relação de associação entre o grau de adesão ao código do IBGC e o segmento de listagem e entre o grau de adesão ao código do IBGC e o setor econômico de atuação das empresas. As associações reveladas com a ANACOR tomam como base as

posições das variáveis no mapa perceptual, pois a análise desse mapa se dá pelo exame das relações de proximidade geométrica das categorias de variáveis (FÁVERO *et al*, 2009). Contudo, para garantia de uma interpretação dos resultados sem erros, deve-se levar em conta que a ANACOR apresenta uma natureza essencialmente descritiva, não comportando inferências de causa e efeito. Para utilizar a ANACOR, deve-se primeiramente utilizar o Teste Qui-Quadrado para averiguar a dependência entre as variáveis, pois a relação de dependência é requisito indispensável para a operacionalização do teste.

Dessa forma, considerando que os setores fortemente regulados (combustíveis, eletricidade e telecomunicações) apresentam um maior grau de adesão quando comparados com setores com menor nível de regulação, apresenta-se ainda a seguinte hipótese operacional:

- H₈: o grau de adesão às recomendações do IBGC das empresas dos setores regulados (“Petróleo, Gás e Biocombustíveis”, “Telecomunicações” e “Utilidade Pública”) é maior que o grau de adesão das empresas dos demais setores.

Cabe destacar que o presente estudo utilizou nível de significância de 5%, o que corresponde a 95% de segurança na fidedignidade dos resultados.

Como limitador da presente pesquisa deve-se considerar a possibilidade de que, embora possuindo código de ética, fato que, como já se viu no referencial teórico, é positivo enquanto ferramenta para que a organização desenvolva uma cultura ética, muitas empresas possam não se valer do seu *website* como instrumento de divulgação de seus códigos, deixando, pois, de melhor atender ao princípio da transparência, um dos pilares da governança corporativa.

Os resultados e as análises dos dados da pesquisa são apresentados por meio de tabelas, figuras, quadro e gráfico na seção seguinte.

5. RESULTADOS DA PESQUISA

A pesquisa empreendida, de acordo com a metodologia já descrita, tem os seus resultados apresentados a seguir, evidenciando primeiramente uma análise descritiva dos dados e, em seguida, apontados os resultados dos testes estatísticos.

5.1 Análise descritiva dos dados

Os códigos disponibilizados pelas empresas, de acordo com a acessibilidade oferecida através dos *sites* institucionais, representam 39,61% do universo pesquisado. A Tabela 1 apresenta a distribuição dos totais das empresas (universo da pesquisa), das empresas que disponibilizam seus códigos (amostra da pesquisa) assim como a relação da amostra e o universo, de acordo com os segmentos de listagem das empresas na BM&FBovespa.

Tabela 1 – Universo e amostra distribuídos por segmento de listagem da BM&FBovespa.

Segmento	Total de Empresas (universo)	Total de Empresas que disponibilizam os Códigos (amostra)	% Amostra em relação ao Universo
NM	107	60	56,07%
N2	19	13	68,42%
N1	35	30	85,71%
TB	258	63	24,41%
TOTAIS	419	166	39,61%

Fonte: Elaborada pelo autor.

Em pesquisa realizada em 2002 junto as 200 maiores companhias multinacionais, Kaptein (2004) constatou que, das 200 (duzentas) maiores corporações do mundo, 52,5% adotam código de ética. Por sua vez, em pesquisa realizada em 2010, o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios (2010) informa que, das 500 maiores empresas em atividade no Brasil, 208 (41,6%) adotam e divulgam seus códigos de ética. Informa ainda que em pesquisas semelhantes, efetuadas em 2008 e 2009, os percentuais observados foram de 29,6% e 37,8% respectivamente, apresentando, pois, dentro do grupamento das maiores empresas instaladas no país, uma tendência crescente em termos de adoção e divulgação de códigos de conduta/ética.

Esta pesquisa, tendo como universo as 419 empresas listadas na BM&FBovespa (NM, N1, N2 e TB), encontrou um percentual de 39,61% referente a 166 organizações que divulgam seus códigos através dos *sites* institucionais. Em nível nacional, esse resultado é compatível com os obtidos por trabalhos similares conforme comentado anteriormente.

Considerando-se as exigências estabelecidas pela BM&FBovespa para o acesso aos segmentos diferenciados de governança corporativa (NDGC), em maior grau para a adesão ao Novo Mercado, esperava-se que as empresas desse segmento (NM) apresentassem um maior nível de disponibilidade dos códigos junto aos seus *sites* institucionais em relação às empresas dos demais segmentos diferenciados; premissa que não se confirmou com relação aos segmentos N1 e N2. Da mesma forma, era esperável que o segmento N2 apresentasse um percentual maior do que o apurado para o N1 o que também não se confirmou.

A Tabela 2 apresenta a quantidade de empresas da amostra e sua relação com os segmentos de listagem na BM&FBovespa.

Tabela 2 – Quantidade de empresas e os segmentos de listagem da BM&FBovespa.

Segmento	Quantidade de Empresas da Amostra	% Segmento em relação à Amostra Total
NM	60	36,15%
N2	13	7,83%
N1	30	18,07%
TB	63	37,95%
TOTAIS	166	100%

Fonte: Elaborada pelo autor.

5.1.1 Internacionalização do capital e código de conduta/ética

Dentre as características das empresas pesquisadas, a internacionalização do capital das empresas foi identificada por meio da condição de emissoras de ADRs (*American Depositary Receipt*) junto à NYSE. Embora o site da NYSE informe um total de 33 empresas brasileiras (Anexo B) como emitentes de ADRs (posição em 30/06/2010), para efeito desta pesquisa, é considerado um total de 28 empresas, haja vista as duplicidades computadas pela bolsa americana em decorrência de emissões distintas por uma mesma empresa (por exemplo: Ambev, Brasil Telecom, Vale etc.).

Conforme determinação da SEC, as empresas que emitem ADRs devem adotar ou justificar a não adoção de um Código de Ética, direcionado especialmente para as pessoas responsáveis pelas finanças da organização. Dentre as empresas brasileiras com emissões junto à NYSE, somente a Telecomunicações Brasileiras S.A-Telebrás, do segmento TB da BM&FBovespa, não disponibiliza, e tampouco informa, em seu *site*, sobre a existência de um código de conduta/ética. Na Tabela 3 são apresentadas as quantidades de empresas brasileiras de capital internacionalizado que divulgam código de conduta/ética distribuídas por segmento

de listagem na BM&FBovespa e o percentual que cada grupo representa dentro da amostra da pesquisa.

Tabela 3 – Quantidade de empresas de capital internacionalizado por segmento de listagem da BM&FBovespa.

Segmento	Quantidade de Empresas da Amostra	Quantidade de empresas de capital internacionalizado que divulgam o Código de conduta/ética	% de Empresas de Capital internacionalizado em relação ao Total por Segmento
NM	60	7	11,66%
N2	13	3	23,07%
N1	30	9	30,00%
TB	63	8	12,69%
TOTAIS	166	27	16,26%

Fonte: Elaborada pelo autor.

Essa presença junto à NYSE, a qual exige de suas listadas a adoção e divulgação dos códigos de conduta/ética, está em conformidade e ajuda a justificar os resultados percentuais apresentados na Tabela 1, na qual se observa uma maior participação relativa dos segmentos N1 e N2 sobre os demais.

O Quadro 5 apresenta a relação das empresas emissoras de ADRs (NYSE) que divulgam o código de conduta/ética no *site* institucional da organização.

Empresas por Segmento			
NM	N2	N1	TB
BRF Brasil Foods	Banco Santander (Brasil)	Banco Bradesco	Ambev
Cosan Limited	Gol	Braskem	Brasil Telecom
CPFL Energia	Tam	Cia Brasileira de Distribuição	Cia Siderúrgica Nacional
Embraer		Cia Energética de MG (CEMIG)	Petrobras
Fibria Celulose		Cia Paranaense de Energia (COPEL)	Tele Norte Leste Participações
Gafisa		Gerdaul	Telecomunicações de São Paulo.
Sabesp		Itaú Unibanco Holding	TIM Participações
		Ultrapar Participações	Vivo Participações
		Vale	

Quadro 5 – Empresas brasileiras emissoras de ADRs (NYSE) que divulgam código de conduta/ética.

Fonte: Elaborado pelo autor.

5.1.2 Título do Código

Investigou-se ainda o título utilizado pela empresa para o seu código de conduta/ética. Foram identificadas expressões diversas para designar o código, conforme Tabela 4. Como observado, dentre as empresas analisadas, há uma variedade de títulos

empregados quando da elaboração de seus códigos. Contudo, a maioria acolhe a denominação “código de ética”.

Tabela 4 – Título do código utilizado pelas empresas distribuídas por segmentos de listagens da BM&FBovespa.

TÍTULO DO CÓDIGO	Quantidade de Empresas por Segmento				Total
	NM	N2	N1	TB	
Código de Alinhamento de Conduta	01				01
Código de Conduta	13	02	08	09	32
Código de Conduta Ética	05		04	08	17
Código de Conduta Empresarial	03			01	04
Código de Conduta Ética Profissional	01		01		02
Código de Conduta nos Negócios				01	01
Código de Conduta e Transparência				01	01
Código de Ética	25	10	10	28	73
Código de Ética e Conduta	06		02	04	12
Código de Ética e Conduta Empresarial	02			04	06
Código de Ética nos Negócios				01	01
Diretrizes Éticas			02		02
Guia de Conduta Ética			02	01	03
Guia de Valores		01		03	04
Manual de Conduta	01				01
Manual de Conduta e Disciplina e Ética				01	01
Manual de Conduta Ética	02		01		03
Política de Ética e Conduta	01			01	02
TOTAL	60	13	30	63	166

Fonte: Elaborada pelo autor.

Em segundo lugar, aparece o título “Código de Conduta”, adotado por 32 empresas. “Código de Conduta Ética”, em terceiro, é adotado por 17 empresas e, em quarto lugar, “Código de Ética e Conduta” é adotado por 12 empresas. Esses são os títulos mais utilizados.

O Gráfico 1 (abaixo) apresenta a relação percentual dos títulos encontrados nos códigos das empresas.

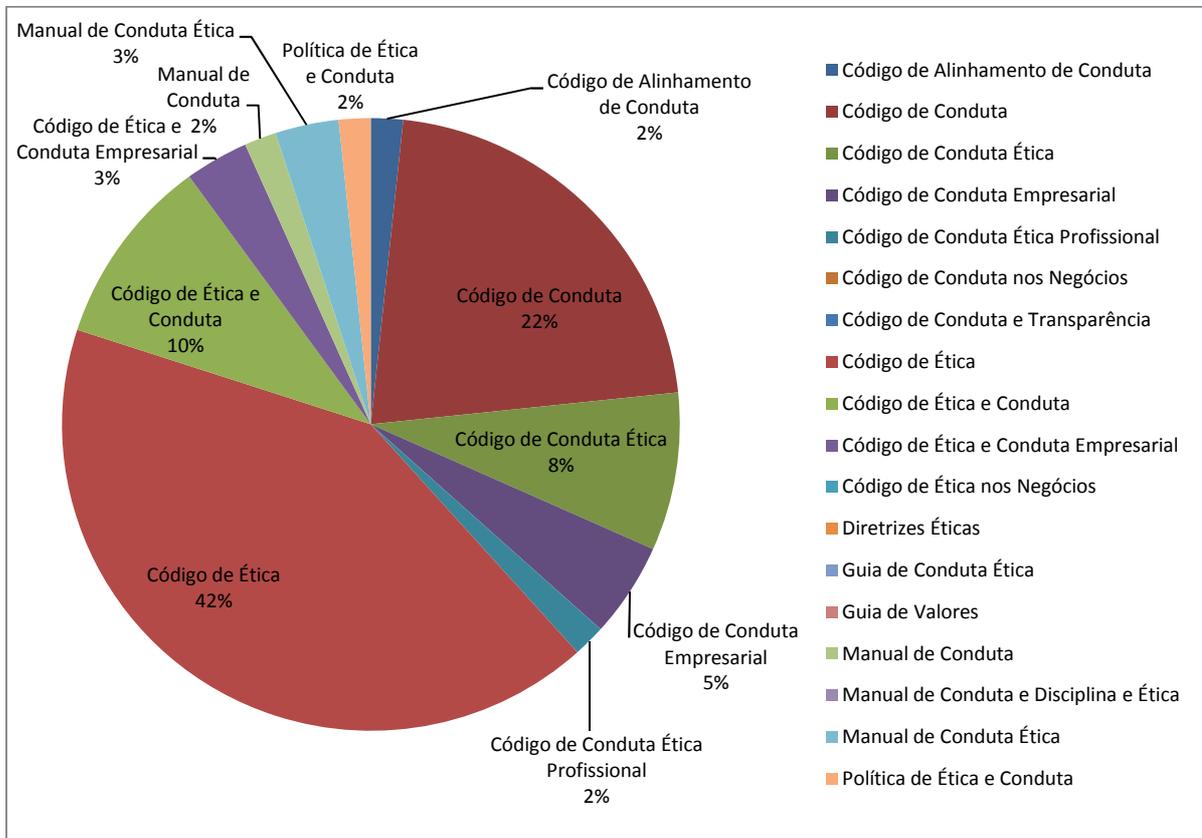


Gráfico 1 – Título do código adotado pelas empresas investigadas.
Fonte: Elaborado pelo autor.

Kaptein (2004, p. 17) constatou: “Os títulos dos códigos divergem fortemente, como exemplo, ‘Normas de Conduta de Negócios’, ‘O Que Defendemos’, ‘Políticas Éticas e Jurídicas’ etc.”. Na mesma pesquisa, constatou ainda que, nos títulos utilizados para os códigos, a palavra “conduta” aparece em 36%, “princípios/diretrizes” estão presentes em 17%, “ética” em 9% e “integridade” em 4% (KAPTEIN, 2004).

De acordo com Mcnamara (1999), “Os códigos de conduta especificam as ações no local de trabalho e os códigos de ética são guias gerais para as decisões da empresa”. Dessa forma, aquele autor sugere que as empresas, em especial as grandes corporações, devam adotar os dois códigos de forma distinta. Como observado nas empresas analisadas, essa prática não é comum no Brasil, havendo, pois, nos códigos pesquisados e mesmo nas recomendações do IBGC (2009), uma junção de normas de conduta (caráter administrativo) com regras éticas (princípios gerais). Assim, a preferência das empresas nacionais pelo título “Código de Ética”, seguida do título “Código de Conduta” e depois a conjugação dos dois

termos (código de ética e código de conduta) utilizada para a formação dos títulos, de modo geral, não representa uma diferenciação na essência e no conteúdo dos documentos, conforme sugerido por Mcnamara (1999).

5.1.3 Classificação setorial e código de conduta/ética

Outra análise realizada com os dados da pesquisa foi a identificação das empresas por setor (Tabela 5). Como parâmetro, foi utilizada a classificação dos setores e subsetores adotada pela BM&FBovespa (Anexo C).

Assim, os dados coletados demonstram que, dentre o conjunto de empresas que compõem a amostra (166), há uma predominância para as organizações do setor “Utilidade Pública” (37), seguida por “Financeiros e Outros” (32) e “Construção e Transporte” (24).

Tabela 5 - Distribuição da amostra conforme classificação setorial da BM&FBovespa.

Setor	Quantidade	% em relação ao total da Amostra
Utilidade Pública	37	22,28
Financeiros Outros	32	19,28
Construção e Transporte	24	14,46
Materiais básicos	22	13,25
Consumo cíclico	15	9,04
Consumo não cíclico	12	7,23
Bens Industriais	10	6,02
Telecomunicações	7	4,22
Tecnologia da Informação	4	2,41
Petróleo, Gás e Biocombustíveis	3	1,81
Total	166	100,00

Fonte: Elaborada pelo autor.

Dentro do setor “Utilidade Pública”, o subsetor “energia elétrica” engloba 35 empresas, representando 21,08% da amostra, demonstrando uma forte presença desse ramo de atividade no conjunto de organizações que adotam e divulgam código de conduta/ética. As empresas de energia elétrica (distribuidoras, geradoras e transmissoras) estão distribuídas entre os quatro segmentos da BM&FBovespa estando: 06 no NM; 03 no N2; 04 no N1 e 22 (62,85% do grupo) no TB.

Em segundo lugar, aparece o subsetor “Intermediários Financeiros” (Bancos; Outros Intermediários Financeiros; Sociedade de Arrendamento Mercantil e Sociedade de Crédito e Financiamento) do setor “Financeiros e Outros” o qual é representado por 19 empresas. Essas organizações apresentam a seguinte distribuição dentre os quatro segmentos

da BM&FBovespa: 1 no NM; 3 no N2; 10 no N1 e 5 no TB. Nesse grupo, a maior concentração está no N1 o qual responde por 52,63% do total.

5.1.4 Grau de adesão aos assuntos recomendados pelo IBGC

A Tabela 6 apresenta a relação dos assuntos recomendados pelo IBGC (2009) para comporem um código de conduta empresarial e a quantidade de observações em que cada assunto se fez presente no conjunto dos códigos acessados, classificados em ordem decrescente (do maior para o menor número de evidenciações).

Tabela 6 – Assuntos recomendados pelo IBGC (2009) presentes nos códigos analisados– classificação em ordem crescente.

Assunto	Quantidade				
	NM	N2	N1	TB	Total
Discriminação no ambiente de trabalho	55	11	28	59	153
Recebimento de presentes e favorecimentos	57	11	26	55	149
Conflito de interesses	54	10	26	57	147
Cumprimento das leis e pagamento de tributos	55	11	24	50	140
Assédio moral ou sexual	52	8	22	50	132
Meio ambiente	41	10	24	50	125
Uso de ativos da organização	50	10	20	44	124
Informações privilegiadas	43	11	25	43	122
Segurança no trabalho	43	6	14	54	117
Relações com a comunidade	42	9	21	43	115
Pagamento ou recebimentos questionáveis	43	9	15	42	109
Atividades políticas	41	7	13	47	108
Nepotismo	30	6	13	28	77
Exploração do trabalho adulto ou infantil	29	4	12	26	71
Direito à privacidade	17	5	12	22	56
Uso de álcool e drogas	28	1	8	17	54
Política de negociação das ações da empresa	16	3	5	21	45
Doações	11	1	3	16	31
Operações com partes relacionadas	9	0	1	7	17
Prevenção e tratamento de fraudes	10	1	2	3	16
Processos judiciais e arbitragem	0	0	0	0	0
Whistle-blower	0	0	0	0	0
Totais	726	134	314	734	1908

Fonte: Elaborada pelo autor

Dentre as recomendações mais acatadas observam-se focos com tendências distribuídas entre: cuidados com as pessoas (Discriminação no ambiente de trabalho, Assédio moral e sexual, Segurança no trabalho); cuidados com a organização (Recebimento de presentes e favorecimentos, Cumprimento das leis e pagamentos de tributos, Uso de ativos da

organização e Informações privilegiadas) e cuidados com o ambiente (Meio ambiente e Relações com a comunidade).

O assunto que mais se faz presente no conjunto das empresas dos segmentos analisados – Discriminação no ambiente de trabalho – pode indicar o cuidado que hoje as organizações dispensam às pessoas e à sua própria imagem. Esse tema (discriminação) é muito sensível à opinião pública em geral e conta com a vigilância da sociedade através da mídia e dos poderes fiscalizadores e disciplinadores (Sindicatos, Ministério do Trabalho, Justiça do Trabalho etc.).

No conjunto dos assuntos menos acatados pelas empresas, estão presentes “Política de negociação das ações da empresa”, “Doações” e “Processos judiciais e arbitragem” os quais se caracterizam como questões de cunho administrativo.

Ao incluir “Processos Judiciais e Arbitragem” no rol de assuntos a comporem o Código de Conduta, o IBGC sugere, conforme remissão ao item 1.8 do Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa (IBGC 2009), a priorização dos mecanismos de mediação e arbitragem.

Dentre as obrigações a que se submetem (voluntariamente) as empresas que compõem o NM e o N2 da BM&FBovespa está incluída a arbitragem para a solução de conflitos societários (Apêndice A). O regulamento de práticas diferenciadas de governança corporativa aplicadas às empresas do N2 e, por extensão, às do NM, exige que essa opção (arbitragem) faça parte do estatuto da empresa (BM&FBovespa, 2010d).

De modo geral, esses mecanismos (mediação e arbitragem) não estão contemplados nos códigos investigados. Contudo, considerando o regulamento de listagem do NM e N2 da BM&FBovespa, pode-se prever que o tema deva estar contemplado no estatuto social dessas empresas e que, possivelmente, empresas de outros segmentos também possam apresentar esses mecanismos no mesmo documento (estatuto social). Dessa forma, a presença do assunto no estatuto social e no código de conduta/ética implicaria em duplicidade normativa, situação que pode explicar a total ausência desse assunto nos códigos pesquisados.

Ao prestar esclarecimentos sobre o assunto “processos judiciais e arbitragem” do item 6.1.1, o IBGC (2009) faz remissão ao item 1.8 do mesmo documento cujo conteúdo refere-se ao tema como “Mediação e arbitragem”. Mecanismos esses que, segundo aquele Instituto, devam ser utilizados, preferencialmente, para a solução de conflitos entre sócios e administradores e entre estes e a organização, aplicando-se, pois, a grupamentos restritos dentro das organizações.

Ainda no item 1.8 do código, o IBGC (2009) sugere que aqueles dois mecanismos (mediação e arbitragem) sejam incluídos no Estatuto/Contrato Social ou em compromisso a ser firmado entre as partes, não elencando, pois, como objeto, o Código de Conduta. Por sua vez, os regulamentos dos segmentos NM e N2 da BM&FBovespa exigem de seus participantes, para resolução de conflitos societários, a adesão à Câmara de Arbitragem do Mercado, situação essa que, obrigatoriamente, fará parte do estatuto social da empresa. Esses fatos ajudam a explicar o resultado obtido pelo assunto na presente pesquisa.

Outro assunto não relacionado nos códigos pesquisados é “*whistle-blower*”. O termo, em síntese, refere-se a uma função específica de quem é incumbido de controlar ações as quais possam ser danosas à organização praticada por pessoas relacionadas com a mesma. No que se refere a denúncia, diversos códigos que compõem a amostra desta pesquisa fazem menção à necessidade de o pessoal interno informar a superiores, gestores de ética, canais internos (ouvidoria) ou aos comitês de ética sobre infrações ao respectivo código sempre que tiverem conhecimento. Alguns prevêm a garantia de sigilo quanto à fonte. Em boa parte dos códigos está prevista a possibilidade de punição para quem, conhecedor do ato contrário à boa conduta e à ética, omitir-se em apontá-lo.

Contudo, do resultado encontrado pode-se deduzir que tanto a “expressão” usada como título para o assunto (*wistle-blower*) quanto a essência da função implícita (agente de denúncia) não encontram acolhida junto à cultura das organizações no Brasil. Assim, na estrita forma como é recomendado pelo IBGC (2009), o assunto (*whistle-blower*) não é adotado pelas organizações pesquisadas.

Das 166 empresas pesquisadas, destacam-se, na Tabela 7, as 12 (doze) empresas com maior grau de aceitação aos assuntos recomendados pelo IBGC (2009), contendo entre 17 e 18 itens dos 22 recomendados.

Tabela 7 - Empresas com códigos com maior grau de adesão às recomendações do IBGC (2009).

Empresa	Segmento	Quantidade de Recomendações do IBGC presente no Código
Paulista de Força e Luz (CPFL)	TB	18
CPFL Piratini (CPFL)	TB	18
CPFL Geração (CPFL)	TB	18
Rio Grande Energia (CPFL)	TB	18
Positivo Informática	NM	17
Duratex (Itaúsa)	NM	17
Klabin	N1	17
Ampla Energia (Ampla)	TB	17
Ampla Investimentos (Ampla)	TB	17
Eleikeroz (Itaúsa)	TB	17
Itautec (Itaúsa)	TB	17
Usina Costa Pinto	TB	17

Fonte: Elaborada pelo autor.

Nota-se que a maioria (75%) é do segmento TB. A princípio, poderia se esperar um resultado diferente com uma maior participação de empresas dos NDGC, considerando tratar-se de empresas que devem atender ao princípio de melhor transparência previsto nas práticas da boa governança. Em parte, a justificativa pode estar no fato de que das 09 (nove) empresas do TB, 07 (sete) fazem parte de grupos empresariais (CPFL, Ampla, Itaúsa) os quais apresentam códigos de conduta/ética padronizados para suas empresas, e esses, com boa aderência aos assuntos preconizados pelo IBGC (2009) para o código empresarial.

Conforme mostra a Tabela 8, no conjunto das empresas com maior grau de adesão às recomendações do IBGC (Tabela 7), há uma adoção total às recomendações para 11 assuntos (50%) dentre os pesquisados. Para o mesmo grupo de empresas, os temas menos recorrentes são, de modo geral, aqueles que aparecem em menor número no computo geral dos códigos pesquisados (Processos judiciais e arbitragem, *Whistle-blower*, Prevenção e tratamento de fraudes etc.).

Tabela 8 - Assuntos constantes nos códigos das empresas com maior grau de adesão às recomendações do IBGC (2009).

	Leis e Tributos	Part. Relacionadas	Uso de ativos	C. Interesses	Inf. Privilegiadas	Neg. Ações Empresa	Arbitragem	Whistle-blower	Fraudes	Pagts. e Recebimentos	Rec. Presentes	Doações	Atividade Política	Privacidade	Nepotismo	Meio Ambiente	Discriminação	Assédio	Seg. Trabalho	Trab. Escravo/infant.	Comunidade	Alcool / Drogas	Total
CPFL	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
CPFL Piratini	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
CPFL Geração	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
Rio Grande	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
Positivo	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	17
Duratex	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	17
Ampla Energ	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	17
Ampla Invest	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	17
Eleikeroz	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
Itautec	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	17
Us. Costa Pinto	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	17
Klabin	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
	12	6	12	12	8	10	0	0	2	11	12	11	12	7	12	12	12	12	12	12	11	10	208

Fonte: Elaborada pelo autor.

Na Tabela 9, são relacionadas 11 (onze) empresas que apresentaram a menor aceitação às recomendações do IBGC (2009), total esse delimitado pela pontuação de 02 a 05.

Tabela 9 – Empresas com códigos com menor grau de adesão às recomendações do IBGC (2009).

Empresa	Segmento	Quantidade de Recomendações do IBGC presente no Código
BRPropert	NM	2
Bradespar	N1	2
Contax	TB	2
Telesp	TB	2
Aço Altona	TB	4
Mendes Junior	TB	4
ABC Brasil	N2	5
Sofisa	N2	5
Sul America	N2	5
Tam	N2	5
Amazônia	TB	5

Fonte: Elaborada pelo autor.

“Informações privilegiadas”, “Conflito de interesses” e “Discriminação no ambiente de trabalho” são os assuntos com maior adesão às recomendações do IBGC (2009) nas empresas desse grupo (Tabela 10), situação assemelhada ao desempenho geral (166 empresas) observado para esses temas, conforme demonstrado na Tabela 06.

Tabela 10 - Assuntos constantes nos códigos das empresas com menor grau de adesão às recomendações do IBGC (2009).

	Leis e Tributos	Part. Relacionadas	Uso de ativos	C. Interesses	Inf. Privilegiadas	Neg. Ações Empresa	Arbitragem	Whistle-blower	Fraudes	Pagts. e Recebimentos	Rec. Presentes	Doações	Atividade Política	Privacidade	Neopopismo	Meio Ambiente	Discriminação	Assédio	Seg. Trabalho	Trab. Escravidão/infant.	Comunidade	Alcool / Drogas	Total
BRPropert	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Bradespar	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Contax	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Telesp	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Aço Altona	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	4
Mendes Jr.	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	4
ABC Brasil	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	5
Sofisa	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Sul America	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	5
Tam	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	5
Amazônia	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	5
	3	0	3	6	7	3	0	0	0	1	2	0	1	0	1	2	6	3	1	1	1	0	41

Fonte: Elaborada pelo autor.

No mesmo conjunto, os assuntos menos pontuados (zero indicações) estão no rol daqueles que receberam a menor pontuação geral (Tabela 6) à exceção da “Política de negociação das ações da empresa”, que aparece na 17ª colocação geral e no grupamento das empresas com menor grau de adesão aparece numa faixa intermediária (3 códigos).

As notas de adesão, resultantes da coleta efetuada junto aos códigos das empresas, apresentam, em suas médias gerais, porcentagens que melhor aproximam, dentro do conjunto, os segmentos NM e TB. Esse resultado contrariou a expectativa inicial de que, dadas as exigências da BM&FBovespa com relação ao enquadramento nos níveis diferenciados de governança corporativa, todos os componentes dos NDGC (NM, N1 e N2) deveriam suplantar o TB. É o que se observa na Tabela 11 abaixo onde estão registrados os resultados e respectivos percentuais de respostas positivas (adesão às recomendações do IBGC) referentes a cada um dos 22 assuntos recomendados, distribuídos dentre os quatro segmentos de listagem.

Tabela 11 – Quantidades e percentuais de adesões aos assuntos recomendados pelo IBGC (2009) pelas empresas listadas na BM&FBovespa.

	Assuntos recomendados pelo IBGC	NM			N2			N1			TB		
		Sim	%	Não									
1	Cumprimento das leis e pagamento de tributos	55	91,66	5	11	84,61	2	24	80,00	6	50	79,36	13
2	Operações com partes relacionadas	9	15,00	51	0	0,00	13	1	3,33	29	7	11,11	56
3	Uso de ativos da organização	50	83,33	10	10	76,92	3	20	66,66	10	44	69,84	19
4	Conflito de interesses	54	90,00	6	10	76,92	3	26	86,66	4	57	90,47	6
5	Informações privilegiadas	43	71,66	17	11	84,61	2	25	83,33	5	43	68,25	20
6	Política de negociação das ações da empresa	16	23,33	44	3	23,07	10	5	8,33	25	21	33,33	42
7	Processos judiciais e arbitragem	0	0,00	60	0	0,00	13	0	0,00	30	0	0,00	63
8	Wistle-blower	0	0,00	60	0	0,00	13	0	0,00	30	0	0,00	63
9	Prevenção e tratamento de fraudes	10	16,66	50	1	7,69	12	2	6,66	28	3	5,00	60
10	Pagamentos ou recebimentos questionáveis	43	71,66	17	9	69,23	4	15	50,00	15	42	66,66	21
11	Recebimento de presentes e favorecimentos	57	95,00	3	11	84,61	2	26	86,66	4	55	87,30	8
12	Doações	11	18,33	49	1	7,69	12	3	10,00	27	16	25,39	47
13	Atividades políticas	41	68,33	19	7	53,84	6	13	43,33	17	47	74,60	16
14	Direito à privacidade	17	28,33	43	5	38,46	8	12	40,00	18	22	34,92	41
15	Nepotismo	30	50,00	30	6	46,15	7	13	43,33	17	28	44,44	35
16	Meio ambiente	41	68,33	19	10	76,92	3	24	80,00	6	50	79,36	13
17	Discriminação no ambiente de trabalho	55	91,66	5	11	84,61	2	28	93,33	2	59	93,65	4
18	Assédio moral ou sexual	52	86,66	8	8	61,53	5	22	73,33	8	50	79,36	13
19	Segurança no trabalho	43	71,66	17	6	46,15	7	14	46,66	16	54	85,71	9
20	Exploração do trabalho adulto ou infantil	29	48,33	31	4	30,76	9	12	40,00	18	26	41,26	37
21	Relações com a comunidade	42	70,00	18	9	69,23	4	21	70,00	9	43	68,25	20
22	Uso de álcool e drogas	28	46,66	32	1	7,69	12	8	26,66	22	17	26,98	46
		726	55,00	594	134	46,85	152	314	47,57	346	734	52,95	652

Fonte: Elaborada pelo autor.

Os resultados de alguns assuntos apresentam distorções na comparação entre os segmentos. É o que se verifica em “Prevenção e tratamento de fraudes” para o qual o NM obteve uma média de 16,66% a qual, embora baixa em termos absolutos, é bem superior àquelas obtidas pelos demais segmentos (N2=7,69%; N1=6,66% e TB=5,00%). Já, com percentuais destoantes a menor, aparecem os assuntos “Política de negociação das ações da empresa” no N1 (8,33%) e “Uso de álcool e drogas” no N2 (7,69%).

Excluindo-se os dois assuntos que não pontuaram (“Processos judiciais e arbitragem” e “Wistle-blower”), os assuntos com menores médias de inclusão nos códigos de conduta/ética dizem respeito a temas, normalmente, mais circunscritos e de interesse mais direto dos escalões superiores de decisão dentro da organização e/ou de acionistas. Assim, aparecem em baixa porcentagem nos códigos assuntos como: “Operações com partes relacionadas”; “Política de negociação de ações da empresa”; “Prevenções e tratamento de fraudes” e “Doações”. Por exigências de mercado, ou mesmo dos órgãos

reguladores/controladores, temas da espécie costumam estar inclusos nos estatutos da empresa ou em documentos específicos.

As porcentagens médias das notas de adesão aos assuntos recomendados pelo IBGC, conforme apurado na pesquisa (Tabela 11), situam-se em patamares que variam de 55,00% (NM) a 46,85% (N2), com média geral de 52,24%.

Outro dado extraído da Tabela 11 refere-se ao grau geral de adesão do conjunto de segmentos NDGC (103 empresas) o qual é de 51,80%. Esse resultado ficou abaixo dos 52,95% obtidos pelo segmento TB (63 empresas) e, sob esse prisma, contrariou a expectativa inicial, levando-se à conclusão de que é menor o grau de adesão às recomendações do IBGC (2009) pelos segmentos diferenciados de governança corporativa da BM&FBovespa, em comparação com o segmento Tradicional Bovespa.

Na subseção seguinte, são apresentados os resultados estatísticos utilizados para confirmar, ou não, as hipóteses operacionais da pesquisa, apresentadas na metodologia.

5.2 Análise Estatística dos Dados

Primeiramente, para a consecução dos objetivos da pesquisa e do teste das hipóteses, fez-se necessária a utilização de um teste de diagnóstico de normalidade para verificar se as distribuições, que comparam as notas de adesão dos segmentos de listagem, apresentam características de uma distribuição normal. Dessa forma, para testar a normalidade das distribuições foi utilizado o Teste de Normalidade de Kolmogorov-Smirnov com a correção de significância Lilliefors que, de acordo com Rodrigues e Paulo (2009), torna os resultados do teste mais robustos e precisos.

Os resultados do Teste de Normalidade de Kolmogorov-Smirnov são apresentados na Tabela 12. A partir dos resultados apresentados na Tabela 12 foram encontradas evidências para concluir que, estatisticamente, as comparações das Notas de Adesão das empresas NDGC *versus* TB, NM *versus* TB, NM *versus* N1, NM *versus* N2, N2 *versus* TB e N1 *versus* TB não apresentam características de uma distribuição normal, pois, os seus respectivos p-valores são menores que o nível de significância utilizado no presente estudo. Já a comparação N2 *versus* N1 apresenta características de distribuição normal, pois, o seu respectivo p-valor é maior que o nível de significância adotado (10%).

Tabela 12 – Teste de Normalidade de Kolmogorov-Smirnov.

Comparações Segmentos de Listagem	p-valor	Resultado
NDGC <i>versus</i> TB	0,001	Distribuição não normal
NM <i>versus</i> TB	0,013	Distribuição não normal
NM <i>versus</i> N1	0,080	Distribuição não normal
NM <i>versus</i> N2	0,016	Distribuição não normal
N2 <i>versus</i> TB	0,018	Distribuição não normal
N2 <i>versus</i> N1	0,125	Distribuição normal
N1 <i>versus</i> TB	0,030	Distribuição não normal

Fonte: Elaborada pelo autor.

Como os resultados do teste de diagnóstico de normalidade inviabilizaram a utilização de testes de médias paramétricos para 6 comparações (NDGC *versus* TB, NM *versus* TB, NM *versus* N1, NM *versus* N2, N2 *versus* TB e N1 *versus* TB), o teste de média utilizado foi o de Mann-Whitney. Para a comparação que não violou o atributo da normalidade (N2 *versus* N1) foi utilizado o Teste T de Student. De acordo com Dancey e Reidy (2006), esses dois testes são utilizados quando há participantes em condições diferentes nas comparações que, no caso da presente pesquisa, são as empresas que estão em diferentes segmentos de listagem da BM&FBovespa.

O resultado do Teste de Médias é apresentado na Tabela 13.

Tabela 13 – Resultado do Teste de Médias.

Comparações Segmentos de Listagem	p-valor	Resultado
NDGC <i>versus</i> TB	0,619	Médias Iguais
NM <i>versus</i> TB	0,492	Médias Iguais
NM <i>versus</i> N1	0,018	Médias Diferentes
NM <i>versus</i> N2	0,160	Médias Iguais
N2 <i>versus</i> TB	0,398	Médias Iguais
N1 <i>versus</i> TB	0,111	Médias Iguais
N2 <i>versus</i> N1	0,897	Médias Iguais

Fonte: Elaborada pelo autor.

Com os resultados apresentados na Tabela 13 foram encontradas evidências para concluir que, estatisticamente, as comparações das Notas de Adesão das empresas do NDGC *versus* TB, NM *versus* TB, NM *versus* N2, N2 *versus* TB, N1 *versus* TB e N2 *versus* N1 apresentam médias iguais, o que representa que os segmentos de listagem de cada comparação apresentam o mesmo grau de adesão ao código de conduta recomendado pelo IBGC (2009).

Contudo, na comparação NM *versus* N1 foram encontrados evidências para concluir que, estatisticamente, os dois segmentos de listagem apresentam médias diferentes, e, de acordo com o teste utilizado, o segmento NM apresenta uma média maior que a do

segmento N1, ou seja, as empresas do NM aderem mais às recomendações do IBGC para o Código de Conduta/Ética.

Com os resultados evidenciados nos testes de média conclui-se pela aceitação da terceira hipótese e pela rejeição das demais hipóteses, pois as médias dos segmentos testados em cada uma das hipóteses foram estatisticamente iguais.

Adicionalmente foi utilizada a Análise de Correspondência (ANACOR) para investigar qual a relação de associação entre o grau de adesão ao código do IBGC e o segmento de listagem e entre o grau de adesão ao código do IBGC e o setor econômico de atuação das 166 empresas analisadas. De acordo com Fávero *et al.* (2009, p. 272), a ANACOR “é uma técnica que exhibe as associações entre um conjunto de variáveis categóricas não métricas em um mapa perceptual, permitindo, dessa maneira, um exame visual de qualquer padrão ou estrutura nos dados”.

Para utilizar a ANACOR, deve-se primeiramente utilizar o Teste Qui-Quadrado para averiguar a dependência entre as variáveis, pois a relação de dependência é requisito indispensável para a operacionalização do teste.

A Tabela 14 apresenta o resultado do Teste Qui-Quadrado.

Tabela 14 – Resultado do Teste Qui-Quadrado.

VARIÁVEL	N	P-VALUE
Grau de Adesão <i>versus</i> Segmento de Listagem	166	0,021
Grau de Adesão <i>versus</i> Setor de Atuação	166	0,002

Fonte: Elaborada pelo autor.

Pelos resultados evidenciados na Tabela 14 pode-se inferir a relação de dependência entre o grau adesão e o segmento de listagem, assim como entre o grau de adesão e o setor de atuação, já que seus respectivos *p-values* assumiram valores menores que o nível de significância adotado no presente estudo. Portanto, os resultados encontrados no Teste Qui-Quadrado viabilizam a utilização da ANACOR.

A Figura 1 apresenta o mapa perceptual para análise da associação entre o grau de adesão e o segmento de listagem.

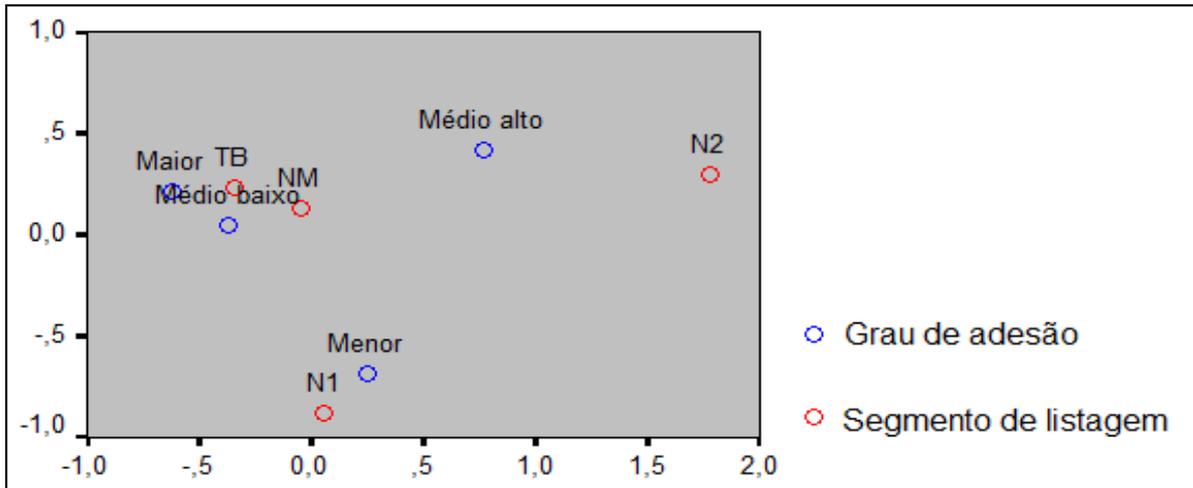


Figura 1 – Mapa perceptual: Grau de Adesão *versus* Segmento de Listagem.
Fonte: Elaborada pelo autor.

Analisando a proximidade das variáveis na Figura 1 pode-se constatar que um maior grau de adesão está associada ao segmento de listagem TB e um menor grau de adesão está associada ao segmento N1.

A Figura 2 apresenta o mapa perceptual para análise da associação entre o grau de adesão e o setor de atuação.

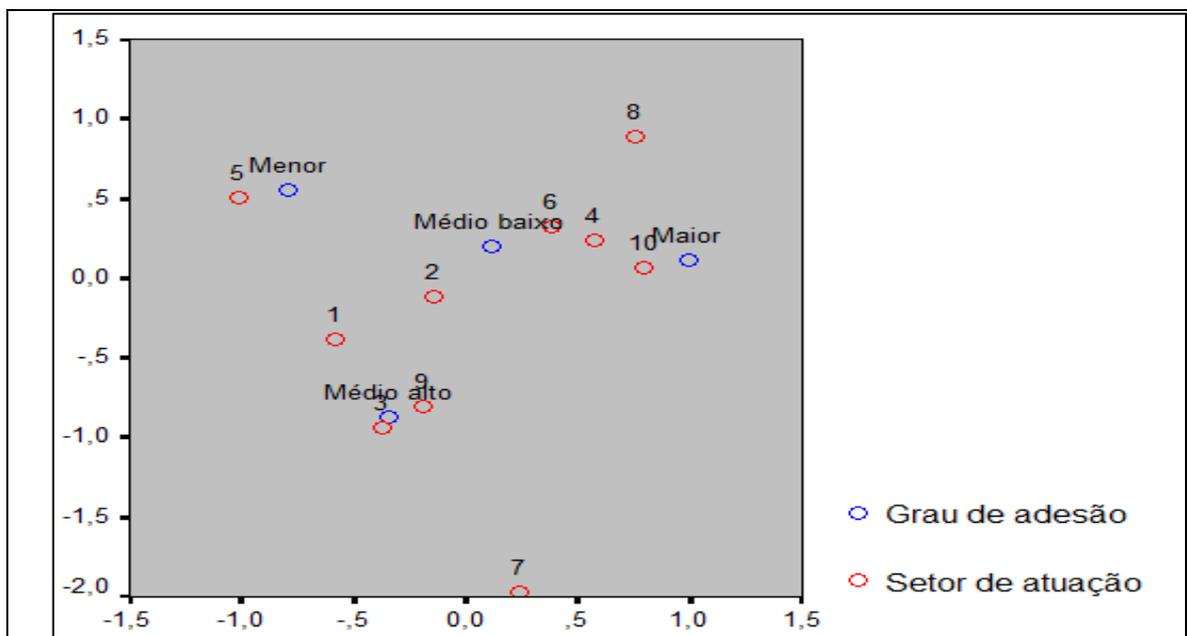


Figura 2 – Mapa perceptual: Grau de Adesão *versus* Setor de atuação.
Fonte: Elaborada pelo autor.

Setores de Atuação

1 = Bens Industriais

4 = Consumo não Cíclico

7 = Petróleo, Gás e Biocombustíveis

10 = Utilidade Pública

2 = Construção e Transporte

5 = Financeiro e Outros

8 = Tecnologia da Informação

3 = Consumo Cíclico

6 = Materiais Básicos

9 = Telecomunicações

Fonte: BM&FBovespa (2010a)

Já na análise das proximidades das variáveis na Figura 2, pode-se constatar que um maior grau de adesão está associada ao setor “Utilidade Pública” e um menor grau de adesão está associada ao setor “Financeiro e Outros”.

Ao apresentar, através do mapa perceptual, o setor “Utilidade Pública” associado ao ‘maior’ grau de adesão, a ANACOR confirma, em parte, a hipótese operacional de que os setores mais regulados tenderiam a apresentar um grau de adesão às recomendações do IBGC maior de que aqueles apresentados por setores menos regulados. Embora os setores “Telecomunicações” e “Petróleo, Gás e Biocombustíveis” estejam associados ao quartil ‘média-alta’, demonstrando uma boa adesão, essa localização (‘média-alta’) está melhor associada ao setor “Consumo Cíclico”, não confirmando assim, plenamente, a hipótese citada.

Dentro da amostra, o setor “Utilidade Pública” está representado por um conjunto de 37 empresas sendo que destas, 35 são do subsetor “Energia Elétrica”. Trata-se, pois do maior grupo subsetorial o qual, em grande parte, na década de 1990, passou do controle estatal para o setor privado com forte participação de investimentos estrangeiros. Observa-se ainda que 62,85% das empresas desse subsetor, o qual apresentou a maior adesão às recomendações do IBGC, pertencem ao segmento TB.

Por definição da BM&FBovespa o setor “Bancos e Outros” resulta da mescla de subsectores regulados (Intermediários Financeiros, Previdência e Seguros etc.) com subsectores não regulados (Exploração de Imóveis e Holdings Diversificadas etc.), descaracterizando assim sua condição de plenamente regulado. Como resultado da ANACOR, o setor aparece no quartil inferior (menor) do mapa perceptual. Não obstante a composição mista (reguladas e não reguladas), sua maioria é constituída por “Intermediários Financeiros” e “Previdência e Seguros”, atividades econômicas reguladas pelo Banco Central do Brasil (BACEN, 2010) e pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP, 2010), respectivamente, primazia essa que, a princípio, poderia ensejar um melhor desempenho para as empresas desse setor, situação não confirmada pelos testes estatísticos.

Em resumo, vale lembrar que do universo pesquisado (419 empresas), somente 166 empresas disponibilizaram seus códigos nos respectivos *websites* atingindo assim um percentual de 39,61%, resultado esse em patamar inferior aos apontados por outras pesquisas as quais tiveram como universo as 200 maiores corporações do mundo (52,5%) e as 500 maiores empresas em atividade no Brasil (41.6%).

Dentre os resultados estatísticos, o grau de adesão aos assuntos recomendados pelo IBGC para comporem um código de conduta/ética, analisados por segmento, apresentou maior grau para o NM em relação ao N1 fato que confirma, parcialmente, as premissas

iniciais de que os níveis mais elevados de governança tenderiam a apresentar uma maior aderência

Na análise por setor de atuação, os resultados extremos (maior e menor) foram alcançados pelos setores com maior participação na amostra (Tabela 5). “Utilidade Pública” e “Financeiros e Outros” são compostos, em sua maioria, por empresas do setor elétrico e intermediários financeiros (bancos, financeiras, empresas de leasing etc.), respectivamente, e não há, a princípio, dados que relacione esse resultado setorial com a variável “segmento”, haja vista que ambos os conjuntos (subsetores) são compostos por empresas distribuídas entre os quatro segmentos.

6. CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo verificar o grau de adesão às recomendações do IBGC pelas empresas listadas na BM&FBovespa quanto aos assuntos que devam compor um código de conduta empresarial.

O estudo e a análise das bases teóricas, realizados através de pesquisas bibliográficas e documentais, tiveram como foco a ética e a governança corporativa. A evolução da ética e da moral ao longo dos tempos, suas importâncias universais e a necessidade de que elas se imponham como bases orientadoras na vida dos cidadãos, em especial nas suas relações empresariais, foram confirmadas pela literatura e pelas pesquisas sobre os temas, conforme discorrido no referencial teórico.

Da mesma forma que a ética, a governança corporativa teve as causas de sua origem, seus princípios e seus objetivos analisados, ressaltando-se, com base nos resultados obtidos pelas diversas pesquisas sobre o tema, sua importância como fator de sucesso empresarial, em especial, quando a organização pensa no “longo prazo”. Há, ainda, uma convergência de pensamentos quanto à inter-relação entre a ética e a governança corporativa. Para os estudiosos daqueles temas é impensável a existência de uma sem a existência da outra.

No que concerne a aplicação objetiva de conceitos éticos e morais no dia a dia das organizações, o qual se viabiliza pela adoção de um programa ético alinhado à cultura organizacional, a principal ferramenta para sua implantação e manutenção é o código de conduta/ética. Como enunciado nos objetivos, a existência e o conteúdo dos códigos de empresas listadas na BM&FBovespa foram os focos desta pesquisa.

A utilização dos segmentos da BM&FBovespa como fator de diferenciação e de comparação dentre as empresas pesquisadas se explica pela própria essência de existir um mercado diferenciado, o qual tem como premissa básica a valorização e a liquidez das ações das empresas participantes (BM&FBovespa 2010a). A adesão, voluntária, aos níveis diferenciados (NDGC), em princípio, indica a disposição de seus integrantes em efetivamente adotarem práticas mais avançadas de governança corporativa, práticas essas em nível crescente dentre os segmentos N1, N2 e NM.

Este trabalho não teve como objetivo apurar, e não apurou, o nível de relacionamento do IBGC com as empresas pesquisadas (empresa sócia, diretores sócios etc.). Assim, a utilização referencial das recomendações daquele Instituto sobre os assuntos a comporem um código de conduta teve como orientação o caráter institucional do IBGC, seus

relacionamentos com congêneres internacionais e sua atuação nacional na divulgação e defesa dos conceitos sobre governança corporativa.

Os resultados referentes ao grau de adesão apresentados na análise descritiva (Tabela 11) demonstram a existência de uma distância razoável entre o que sugere o IBGC e o que efetivamente é utilizado pelas empresas para a elaboração de seus códigos de conduta/ética. Outra constatação é a de que o grau de adesão do conjunto de segmentos do NDGC (média dos três segmentos) é inferior ao grau de adesão do segmento TB, contrariando assim a expectativa inicial deste trabalho.

Quanto à existência e à divulgação dos códigos, o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios (2010), que realiza pesquisa sobre a adoção de código de ética empresarial desde 2007, informa que o índice de divulgação vem crescendo a cada ano. Contudo, os resultados, em especial no Brasil, deixam a desejar quando se constata que a maioria das grandes organizações em atuação no país ainda não despertou para a necessidade de melhorar suas ações de governança, neste trabalho, representada pela divulgação do código de conduta/ética.

A formulação de um dos objetivos específicos desta pesquisa teve como pano de fundo a hipótese de que os segmentos que compõem os níveis diferenciados de governança corporativa da BM&FBovespa (NDGC) tenderiam a apresentar um resultado mais elevado quando em comparação com o segmento Tradicional Bovespa (TB). Do ponto de vista estatístico, a aplicação do teste de média não confirmou aquela hipótese, haja vista que a apuração das médias dos dois conjuntos apresentou resultados equivalentes. Dentre as diversas hipóteses operacionais, só se confirmou aquela que previa um maior grau de adesão às recomendações do IBGC para as empresas do NM em relação às empresas do N1.

Também foi possível analisar, com o uso da ANACOR, a relação de associação entre a adesão ao código do IBGC e o setor econômico de atuação das empresas, conforme classificação adotada pela BM&FBovespa. Como resultado dessa associação, observou-se que as empresas do setor “Utilidade Pública” apresentam um maior grau de adesão, enquanto que as empresas do setor “Bancos e Outros” são as que apresentam um menor grau de adesão.

Pela forma de sua redação, o item 6.1.1. do Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa do IBGC sugere a expressão “Código de Conduta” como título para os documentos da espécie. Contudo esta pesquisa apurou que o título mais adotado pelas organizações pesquisadas para denominar seus códigos é “Código de Ética”, seguindo-se “Código de Conduta”. Outras variações, conjugando esses dois termos, também são utilizadas de modo que “Código de Conduta Ética” e “Código de Ética e Conduta” aparecem em terceiro e quarto lugar, respectivamente, na preferência das empresas.

Observou-se ainda que as recomendações do IBGC se limitam a indicar os assuntos que devam compor um código de conduta, não adentrando em questões como a criação e/ou implantação de um gestor de ética, de um comitê de ética, de canais de comunicação etc. Quanto a esse último item, limita-se a recomendar que o código da empresa deve ainda apresentar caminhos para denúncias ou resolução de dilemas de ordem ética.

Poderia o IBGC, em futuras edições de seu Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa, avançar mais em suas recomendações incluindo orientações sobre o processo de implantação de um código, seu acompanhamento e revisão periódica. Caberia ainda àquele Instituto rever o rol de assuntos recomendados, alterando seu conteúdo e/ou modificando a sua redação, de forma que o documento proposto se compatibilize melhor com as práticas e a cultura das organizações no Brasil. Da mesma forma, a BM&FBovespa, poderia incluir, a exemplo da NYSE, a adoção e a divulgação do código de conduta/ética como exigência para acesso aos NDGC.

Como limitação, este trabalho não adentrou na análise qualitativa dos códigos pesquisados. Não foram verificados: a forma; o conteúdo e o alcance de cada documento. Da mesma forma, não se analisou como são tratados, dentro da organização, os problemas de conduta e os dilemas éticos, assim como e quais canais são disponibilizados para a comunicação, a condução e a solução de assuntos da espécie.

Outro limitador refere-se à provável existência de empresas que possuam códigos de conduta/ética sem, contudo, os disponibilizarem em seus *sites*, deixando assim de usar aquele que é um dos canais de comunicação dos mais eficazes, a *internet*, como forma de demonstrarem seu alinhamento com a ética e com os princípios da governança corporativa, em específico o do *disclosure*.

Como observado, em termos de pesquisa científica nacional, ainda é pequena a quantidade de trabalhos sobre ética empresarial, em especial, quanto aos códigos de conduta/ética no que se refere a sua eficácia em criar, desenvolver e manter, dentro das organizações, uma cultura ética. Também não se encontraram trabalhos científicos que demonstrem, ou mesmo estimem quantitativamente, a obtenção, ou não, de melhores resultados por empresas que adotam e divulgam seus códigos de conduta/ética. Ficam essas possibilidades registradas como sugestões para futuros estudos na área.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE ENERGIA-ANEEL. **A Agência**. Disponível em: <<http://www.aneel.gov.br/area.cfm?idArea=636>>. Acesso em: 01 out. 2010.

AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO, GÁS E BIOCOMBUSTÍVEIS-ANP. **O que faz a ANP**. Disponível em: <<http://www.anp.gov.br/?id=262>>. Acesso em: 01 out. 2010.

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES -ANATEL. **Missão, atribuições e características**. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalInternet.do#>>. Acesso em: 01 out. 2010.

ALMEIDA *et al.* A Governança Corporativa em Empresas Pública e a Visão de suas Práticas pelos Stakeholders. *In*: Encontro Nacional da ANPAD, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008. CD-ROM.

ALMEIDA, J. C. G; SCALZER, R. S; COSTA, F. M.. Níveis Diferenciados de Governança Corporativa e Grau de Conservadorismo: Estudo Empírico em Companhias Abertas Listadas na Bovespa. **RCO-Revista de Contabilidade e Organizações**, Ribeirão Preto, v. 2, n. 2, p. 117-130, jan./abr.2008. Disponível em: <<http://www.ppge.ufrgs.br/giacomo/arquivos/gov-corp/almeida-scalzer-costa-2008.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2010.

ALTIERI, M.A. Os Mitos da Biotecnologia Agrícola: Algumas Questões Éticas, 1999. **Agroecology in action**. Colege of Natural Resources – University of California, Berkeley. Disponível em: <<http://www.cnr.berkeley.edu/~agroeco3/the_myths.html>>. Acesso em: 22 ago. 2010.

ANDRADE, A; ROSSETTI, J. P. **Governança Corporativa: Fundamentos, Desenvolvimento e Tendências**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ARRUDA, M.C.C; WHITAKER, M.C; RAMOS,J.M.R. **Fundamentos de Ética Empresarial e Econômica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ARRUDA, G.S; MADRUGA, S.R; FREITAS JUNIOR, N.Y. A Governança Corporativa e a Teoria da Agência em Consonância com a Controladoria. **Rea UFSM**, Santa Maria, v. 1, n. 1, p. 71-84, jan./abr. 2008. Disponível em: <<http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/reaufsm/article/viewFile/570/430>>. Acesso em: 27 ago. 2010.

ASSAD, M.M.N. **Desvio de Conduta**: um estudo exploratório sobre atitudes antiéticas de empregados do setor industrial. São Paulo, 2007. 114p. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo da FGV, 2007. Disponível em:<
<http://virtualbib.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2525/154736.pdf?sequence=2>>. Acesso em: 30 mar. 2010.

BANCO CENTRAL DO BRASIL-BACEN. **Supervisão do SFN**. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/?SUPERVISAOSFN>>. Acesso em: 01 out. 2010.

BASTOS, N. M. G. **Introdução a metodologia do trabalho acadêmico**. 2. ed. Fortaleza: [s.n.],2004.

BM&FBOVESPA. Empresas listadas. **Segmento/Setor** (Novo Mercado; Nível 2 de Governança Corporativa; Nível 1 de Governança Corporativa; Tradicional Bovespa). 2010a. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/cias-listadas/empresas-listadas/BuscaEmpresaListada.aspx?Idioma=pt-br>>. Acesso em: 30 abr. 2010.

_____. Relações com Investidores da Bvmf. Governança Corporativa. Estatutos e Políticas. Política de Divulgação de Fato Relevante e Negociação de Ações. **Manual da Política da Divulgação**. 2010b. Disponível em: <http://ri.bmfbovespa.com.br/upload/portal_investidores/pt/governanca_corporativa/estatutos_politicas/PoliticaDivulgacao.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2010.

_____. Empresas listadas. Segmento (Novo Mercado; Nível 2 de Governança Corporativa; Nível 1 de Governança Corporativa; Tradicional Bovespa). **Definições**. 2010c. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/cias-listadas/empresas-listadas/governanca-corporativa.aspx?tabIndex=0&idioma=pt-br>>. Acesso em: 30 abr. 2010.

_____. Empresas listadas. Segmento. Nível 2 de Governança Corporativa. **Regulamento de Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa Nível 2**. 2010d. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/pt-br/mercados/download/RegulamentoNivel2.pdf>>. Acesso em? 30 abr. 2010.

BEDICKS, H. B. **Governança Corporativa e Dispersão de Capital: Múltiplos Casos no Brasil**. São Paulo: SaintPaul, 2009.

BERLE, A.; MEANS, G. **The Modern Corporation and Private Property**. Transaction Publishers, New Brunswick. Ninth printing, 2007.

BOEIRA, S. Ética Empresarial & Capital Social: Aproximações Conceituais. **Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis**, Florianópolis, v. 2, n. 2, jul./dez. 2005. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/interthesis/article/viewArticle/730>>. Acesso em: 20 set. 2010.

BONDARIK,R; PILATTI, L.A; FRANCISCO.A.C. Managerial Ethics: The Ethics in the Enterprise Organizations. **Journal of Technology Management & Innovation**. Santiago (Chile), v. 1, n. 5, p. 69-75, 2006, ISSN 0718-2724. Disponível em: <<http://www.jotmi.org/index.php/GT/issue/view/jotmi5>>. Acesso em: 11 jun.2010.

BRASIL. **Constituição (1988)**. Vade Mecum Saraiva, 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2009a.

_____. **Consolidação das Leis do Trabalho (CLT)**. Vade Mecum Saraiva, 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2009b.

_____. Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as sociedades por ações. **Diário Oficial da União**, Brasília, 17 dez. 1976 (suplemento).

_____. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 16 jul. 1990.

_____. Lei nº 9.307, de 23 de setembro de 1996. Dispõe sobre a arbitragem. **Diário Oficial da União**, Brasília, 24 set. 1996.

_____. Lei nº 11.343, de 23 de agosto de 2006. Institui o Sistema Nacional de Políticas Públicas sobre Drogas - Sisnad; prescreve medidas para prevenção do uso indevido, atenção e reinserção social de usuários e dependentes de drogas; estabelece normas para repressão à produção não autorizada e ao tráfico ilícito de drogas; define crimes e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 24 ago. 2006.

_____. Ministério do Trabalho e Emprego. Internacional. Relações Internacionais. **Convenções OIT-Brasil (ratificadas)**. 2010a. Disponível em: <http://www.mte.gov.br/rel_internacionais/conv_111.pdf>. Acesso em: 02 set. 2010.

_____. Ministério do Trabalho e Emprego. **Manual Empregador Urbano. Embaixadas e Organismos Internacionais**. 2010b. Disponível em: <http://www.mte.gov.br/fisca_trab/manual_empregador_port.pdf>. Acesso em: 02 set. 2010.

BUCHERONI, C. A *et al.* Reflexões Sobre o Aspecto Humano na Governança Corporativa. *In: SEMEAD*, 13., 2010, São Paulo. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: FEAUSP. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/13semead/resultado/trabalhosPDF/870.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2010.

CAMARGOS, M.A; COUTINHO, E.S. A Teoria da Firma e a Fundamentação Teórica para Fusões e Aquisições: Uma Análise de Suas Interfaces. **RAC-Eletrônica**, Curitiba, v. 2, n. 2, art. 7, p. 273-295, Maio/Ago. 2008. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_738.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2010.

CARVALHO, V. L; OLIVA, E. C. Prevenção a Fraudes em Empresas Industriais de Autopeças na Região do Grande ABC. **RBGN**, São Paulo, v. 8, n. 22, p. 1-12, set.-dez. 2006. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/947/94782202.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2010.

CASTRO NETO *et al.* A Implantação da Ética nas Empresas Através da Lei Sarbanes-Oxley. *In: ENEGEP*, 26., 2006, Fortaleza. **Anais eletrônicos...**Rio de Janeiro: ABEPRO, 2006. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006_TR550371_8309.pdf>. Acesso em: 02 set. 2010.

CHATHO. Artigos Sobre E-learning. **Álcool e Drogas no Trabalho**. Disponível em: <http://www.catho.com.br/cursos/index.php?p=artigo&id_artigo=1101&acao=exibir#ixzz0yN8M6ofw>. Acesso em: 02 set. 2010.

CHEN, A. Y.S; SAWYERS, R.B; WILLIAMS, P.F. Reinforcing Ethical Decision Making Through Corporate Culture. **Journal of Business Ethics**, Netherlands, n. 16, p. 855–865, 1997. Disponível em: <http://novo.periodicos.capes.gov.br/index.php?option=com_pmetabusca&mn=70&smn=78>. Acesso em: 05 jun. 2010.

CHERMAN, A; TOMEI, P. A. Códigos de Ética Corporativa e a Tomada de Decisão Ética: Instrumentos de Gestão e Orientação de Valores Organizacionais?. **RAC**, Curitiba, v. 9, n. 3,

Jul./Set. 2005. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65522005000300006&script=sci_arttext&tlng=en>. Acesso em: 13 maio 2010.

COLLIS, J; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração**: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. Trad. Lucia Simonini. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS-CVM. **Atribuições**. 2010a. Disponível em:< <http://www.cvm.gov.br/port/acvm/atribuic.asp>>. Acesso em 10 set. 2010.

_____. **Dados e Publicações CVM**. Cartilha. Cartilha de Governança Corporativa. 2010b. Disponível em: < <http://www.cvm.gov.br/>>. Acesso em: 20 set. 2010.

_____. **Participantes do Mercado**. Companhias Abertas. 2010c. Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br/indexpo.asp>>. Acesso em 20 set. 2010.

CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA-CNJ. **Nepotismo**. Disponível em: <http://www.cnj.jus.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5771&Itemid=668>. Acesso em: 02 set. 2010.

CONSELHO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE-CONAMA. **Legislação ambiental**. Resolução CONAMA. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=306>>. Acesso em: 02 set. 2010.

COSTA FILHO, S.D. Ética Empresarial: um bom negócio. **Ágora Filosófica**, Recife, ano 2, nº 1, jan./jun. 2002. ISSN: 1982-999x. Disponível em: <<http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/5219/5219.PDF>>. Acesso em: 30 mar. 2010.

CRUZ, S.M.S. **Gestão de segurança e saúde ocupacional nas empresas de construção civil**. Florianópolis, 1998. 113 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) Universidade Federal de Santa Catarina. 1998. Disponível em: <<http://www.eps.ufsc.br/disserta99/sybele/>>. Acesso em: 04 abr. 2010.

DAINEZE, M.A. Código de Ética Empresarial e as relações da organização com seus públicos. **Prêmio Ethos-Valor**. 3ª edição, 2003. São Paulo: Ethos, 2003. Disponível em: < http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/389/participe/premios/premio_ethos_valor/premio_ethos-valor.aspx >. Acesso em: 30 abr. 2010.

DALMÁCIO, F. Z; NOSSA, V. A. Teoria de Agência Aplicada aos Fundos de Investimento. *In*: Encontro Anual da ANPAD, 27., 2003, ISSN Principal: 2177-2576, Atibaia. **Anais eletrônicos...** Atibaia: ANPAD, 2003. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/evento.php?acao=trabalho&cod_edicao_subsecao=48&cod_evento_edicao=7&cod_edicao_trabalho=1694>. Acesso em: 28 ago. 2010.

DANCEY, Christine P.; REIDY, John. **Estatística sem matemática para psicologia**: usando SPSS para Windows. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DAVIS, S; LUKOMNIK, J; PITT-WATSON, D. **Os Novos Capitalistas**: A influência dos investidores-cidadãos nas decisões das empresas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DE GEORGE, R. **Business Ethics and the Information Age**. 1999. Disponível em: <<http://cyberethics.cbi.msstate.edu/degeorge/Intro.htm>>. Acesso em: 02 set.2010.

DINIZ, M. H. **Código Civil Anotado**. 12. ed., São Paulo: Saraiva, 2006.

ESCUDE, S. A. L; TINOCO, J. E. P. O Conselho Fiscal e a Governança Corporativa: Transparência e Gestão de Conflitos. *In*: Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 8., 2008, São Paulo. **Anais eletrônicos...**São Paulo: USP, 2008. Disponível em:< <http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos82008/122.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2010.

FACHIN, O. **Fundamentos de metodologia**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

FARIAS, F. Principais Impactos da Sarbanes-Oxley Act. **ConTexto**, Porto Alegre, v. 4, n. 6, 1º semestre 2004. ISSN (Online): 2175-8751. Disponível em: < <http://seer.ufrgs.br/index.php/ConTexto/article/viewFile/11714/6917>>. Acesso em: 06 jun. 2010.

FARREL, H; FARREL, B.J. The Language of Business Codes of Ethics: Implications of Knowledge and Power. **Journal of Business Ethics**, Netherlands, n.17, p. 587-601, 1998. Disponível em: <http://novo.periodicos.capes.gov.br/index.php?option=com_pmetabusc&mn=70&smn=78> . Acesso em: 03 jun. 2010.

FÁVERO, L. P *et al.* **Análise de dados**: modelagem multivariada para a tomada de decisões. Rio de Janeiro: Campus, 2009.

FRONTODONA, J. El Utilitarismo em La Ética Empresarial. **Cuadernos Empresa y Humanismo**, Pamplona, n. 12, 2005. Disponível em: <<http://www.unav.es/empresayhumanismo/publicaciones/cuadernos/catalogo01.htm>>. Acesso em: 20 ago.2010.

GARCIA E SOUZA, T. M. **Governança Corporativa e o Conflito de Interesses nas Sociedades Anônimas**. São Paulo: Atlas, 2005.

HELIN, S; SANDSTROM, J. An Inquiry into the Study of Corporate Codes of Ethics **Journal of Business Ethics**, Netherlands, n.75, p. 253–271, Springer 2007. DOI 10.1007/s10551-006-9251-x. Disponível em: < http://novo.periodicos.capes.gov.br/index.php?option=com_pmetabusc&mn=70&smn=78>. Acesso em: 04 jun. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA-IBGC. **Código das melhores práticas de governança corporativa**, 4. ed. São Paulo: IBGC, 2009.

_____. IBGC. **Histórico**. Disponível em: <<http://www.ibgc.org.br/Historico.aspx>>. Acesso em: 20 set 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ÉTICA NOS NEGÓCIOS. **Pesquisa Código de Ética Corporativo 2010**. Disponível em: < <http://www.pesquisacodigodeetica.org.br/>>. Acesso em: 20 set. 2010.

INSTITUTO ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social. Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2010. **Comunidade**. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/temas/comunidade1.asp>. Acesso em: 02 set. 2010.

ISO-International Organization for Standardization. Management standards **ISO 1400:2004** Disponível em: <http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_standards/environmental_management/iso_14000_essentials.htm>. Acesso em 02 set. 2010.

IUDÍCIBUS, S; MARION, J. C. **Curso de Contabilidade**: Para não Contadores. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JENSEN, M. C; MECKLING, W.H. **Theory of the Firm**: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. Cambridge, Harvard University Press, December 2000. Disponível em: <<http://www.sfu.ca/~wainwrig/Econ400/jensen-meckling.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2010.

KPMG. **2º Estudo Sobre as Melhores Práticas de Governança Corporativa no Brasil e nos Estados Unidos** – 2007 Base - Relatório Anual 20-F. São Paulo: KPMG, 2007. Disponível em: <http://www.kpmg.com.br/publicacoes/advisory/ras/iarcs/KPMG_Estudo_20F_2007_Final.pdf>. Acesso em: 31 ago. 2010.

KAPTEIN, M. Business Codes of Multinational Firms: What Do They Say? **Journal of Business Ethics**, Netherlands, n. 50, p. 13–31, 2004. Disponível em: <http://novo.periodicos.capes.gov.br/index.php?option=com_pmetabusc&mn=70&smn=78> Acesso em: 03 jun. 2010.

KITAGAWA, C. H; RIBEIRO, M. S. Estudo Comparativo das Práticas de Governança Corporativa Recomendados pela OCDE para América Latina às Empresas Listadas nos Segmentos Especiais da Bovespa – Níveis 1, 2, e Novo Mercado. *In*: Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 6., 2006, São Paulo. **Anais eletrônicos...**São Paulo: USP, 2006. Disponível em: <<http://www.congress USP.fipecafi.org/artigos72007/30.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2010.

LAMEIRA V. J; NESS JUNIOR, LW. L; MACEDO-SOARES, T. D. L. Governança corporativa: impactos no valor das companhias abertas brasileiras. **RAUSP**, São Paulo, v. 42, n.1, jan./mar. 2007. Disponível em: <http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S0080-21072007000100006&script=sci_arttext&tlng=en#end>. Acesso em: 02 set. 2010.

LEAL, R. P. C; SILVA, A. L. C; VALADARES, S.M. Estrutura de Controle das Companhias Brasileiras de Capital Aberto. **RAC**, Curitiba, v. 6, n.1, p. 07-18, Jan/Abr 2002. Disponível em:< http://www.anpad.org.br/rac/vol_06/dwn/rac-v6-n1-rpl.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2010.

MARICONDA, P. R; RAMOS, M. C. Transgênicos e Ética: a Ameaça à Imparcialidade Científica. **Scientiae Studia-Revista Latino-Americana de Filosofia e História da Ciência**, São Paulo, vol. 1, n. 2, p. 245-61, 2003. Disponível em:

<http://www.scientiaestudia.org.br/revista/PDF/01_02_08_Pablo&Mauricio.pdf>. Acesso em: 02 set. 2010.

MARTINS, G. A; THEOPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MCNAMARA, C. Complete Guide to Ethics Management: An Ethics Toolkit for Managers. **Free Management Library**, Minneapolis, [1999]. Disponível em: <<http://www.managementhelp.org/ethics/ethxgde.htm> >. Acesso em: 02 jun. 2010.

MELHORES & MAIORES: As 1000 maiores empresas do Brasil 2010. Edição Especial. **EXAME**. São Paulo: Abril, 2010.

MOTA, K. C. N; ANJOS, F. A.; RUSCHMANN, D. M. Gestão das Pessoas na Ilha de Porto Belo/SC: Diagnóstico da Gestão de Estagiários de Turismo e Hotelaria. **Turismo-Visão e Ação**, Itajaí, v. 5, n.3, set./dez. 2003. Disponível em:< <https://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/1080>>. Acesso em: 20 set. 2010.

MURITIBA *et al.* Governança Corporativa no Brasil: Uma Análise Bibliométrica das Publicações dos Últimos Dez Anos. *In*: SEMEAD, 13., 2010. ISSN 2177-3866, São Paulo. **Anais eletrônicos...**São Paulo: USP, 2010. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/13semead/resultado/trabalhosPDF/887.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2010.

NASCIMENTO, A.M.: REGINATO, L (orgs.) **Controladoria: Um Enfoque na Eficácia Organizacional**. São Paulo: Atlas, 2007.

NEVES, N.M.B.C. Códigos de conduta: abordagem histórica da sistematização do pensar ético. **Revista Bioética**. Brasília, v. 16, n.1, 2008. Disponível em: <http://revistabioetica.cfm.org.br/index.php/revista_bioetica/issue/view/6 >. Acesso em: 06 jun.2010.

NIJHOF, A *et al.* Measuring the Implementation of Codes of Conduct. An Assessment Method Based on a Process Approach of the Responsible Organization. **Journal of Business Ethics**, Netherlands, n. 45, p. 65–78, 2003. Disponível em: <http://novo.periodicos.capes.gov.br/index.php?option=com_pmetabusca&mn=70&smn=78> . Acesso em: 04 jun.2010.

NORONHA. E. M. **Direito Penal**. 25. ed. São Paulo: Saraiva, 1991.

OCDE - Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Os Princípios da OCDE sobre o Governo das Sociedades**. Disponível em: <<http://www.oecd.org/dataoecd/1/42/33931148.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2010.

OIT Organização Internacional do Trabalho-Escritório Brasil. **Erradicação do Trabalho Infantil**, 2010a. Disponível em: <http://www.oitbrasil.org.br/prgatv/in_focus/ipecc/errad_trabin.php>. Acesso em: 02 set. 2010.

_____. **Combate ao Trabalho Escravo**, 2010b. Disponível em:
<http://www.oitbrasil.org.br/trabalho_forcado/oit/convencoes/convencoes.php>. Acesso em:
02 set. 2010.

OLIVEIRA, W. R; NIYAMA, J. K; OLIVEIRA, J. L. O Comitê de Auditoria de Acordo com a Resolução nº 3.198/04 do Conselho Monetário Nacional: Uma Avaliação das Maiores Instituições Financeiras a Partir do Ranking Apresentado pelo Banco Central do Brasil. *In*: Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 9., 2009, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: USP, 2009. Disponível em:
<<http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos92009/275.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2010.

PAI, L.D. Governança Corporativa & Ética nas Organizações. **Saber Acadêmico**, Presidente Prudente, n. 6, p. 90-102, dez. 2008. Disponível em:
<<http://www.uniesp.edu.br/revista/revista6/pdf/10.pdf>> Acesso em: 28 mar. 2010.

PIAZZA, M. L. O. Código de Conduta das Multinacionais. **Prêmio Ethos-Valor** – 2ª Edição, São Paulo: Ethos, 2002. Disponível em:
<http://www.ethos.org.br/docs/comunidade_academica/premio_ethos_valor/lista_final.shtml> . Acesso em: 06 jun. 2010.

PREVI-Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil. Investimentos. Governança. **Códigos de Governança**. Disponível em: < <http://www.previ.com.br/>>. Acesso em: 20 set. 2010.

RAMACCIOTTI, C. **A Ética e a Confiança nas Organizações**: um estudo descritivo junto a profissionais da Grande São Paulo. São Paulo, 2007. 177 p. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: <
<http://virtualbib.fgv.br/dspace/handle/10438/2520>>. Acesso em: 30 abr. 2010.

RAMALHO, M. R; ALVES FILHO, A. A Influência do Comportamento Ética nos Resultados Esperados por uma Organização. **Revista da FARN**, Natal, v.3, n.1/2, p. 9-21, jul. 2003-jun. 2004. Disponível em: <
<http://www.revistafarn.inf.br/revistafarn/index.php/revistafarn/article/view/88-100.pdf>>. Acesso em: 06 jun.2010.

RAMOS, M.O.A; QUELHAS, O.L.G. Elaboração de Código de Ética Empresarial. Estudo de Caso na Indústria da Construção Civil. *In*: Congresso Nacional de Excelência em Gestão, 4., 2008, Niterói. **Anais eletrônicos...**Niterói: CNEG, 2008. Disponível em:
<http://www.latec.uff.br/cneg/documentos/anais_cneg4/T7_0058_0444.pdf>. Acesso em: 27 maio 2010.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

RODRIGUES, A.; PAULO, E. Introdução à Análise Multivariada. *In*: CORRAR, L. J; PAULO, E; DIAS FILHO, J.O. M. (Orgs.). **Análise Multivariada**: para os cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia. São Paulo: Atlas, 2009.

ROESCH, A. S. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertação e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SANTOS, J.M. **Ética da comunicação**. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior, 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/santos-jose-manuel-etica-comunicacao.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2010.

SANTOS, L. A. A; LEMES, S. Desafio das Empresas Brasileiras na Implantação da Lei Sarbanes-Oxley. **BASE-Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, São Leopoldo, v. 4, n. 1, 37-46, jan.-abr. 2007. Disponível em: <http://www.unisinos.br/publicacoes_cientificas/images/stories/pdfs_base/v4n1/art03_lemes.pdf>. Acesso em: 02 set. 2010.

SÃO PAULO. Sefaz. Institucional. Educação Fiscal. **O que é Educação Fiscal para a Cidadania**. Disponível em: <http://www.fazenda.sp.gov.br/educacao_fiscal/default.shtm>. Acesso em: 30.07.2010.

SECURATO, J. C. **Governança Corporativa e Fatores de Referência Gerencial**. São Paulo, 2003. 88 p. Monografia (MBA-USP-Finanças Empresariais) Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade- Departamento de Administração-USP. 2003. Disponível em: <<http://www.smla.com.br/trabalhos/15.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2010.

SEGATTO-MENDES, A. P. **Teoria de Agência Aplicada à Análise de Relações Entre os Participantes dos Processos de Cooperação Tecnológica Universidade-Empresa**. São Paulo, 2001. 145 p. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP. 2001. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-24012002-114443/pt-br.php>>. Acesso em: 30 abr. 2010.

SILVA, V.G. **O Uso do Código de Conduta Ética como Instrumento de Controle Gerencial em Empresas Internacionalizadas**. Rio de Janeiro, 2007. 103 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <http://www.sergiomariz.com/mcc.uerj/index.php?option=com_content&task=view&id=47&Itemid=53>. Acesso em: 28 mar. 2010.

SILVA, V. G; GOMES, J. S. O Uso do Código de Conduta Ética Como Instrumento de Controle Gerencial: Estudo de Casos em Empresas Internacionalizadas. **Revista Contemporânea em Contabilidade**, Florianópolis, a. 5, v. 1, n. 10, p. 111-127, Jul./Dez., 2008. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=76212303006>>. Acesso em: 05 jun. 2010.

SILVEIRA, A. D. M. **Governança Corporativa no Brasil e no Mundo: Teoria e Prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SILVEIRA, A.D. M; PRADO, V. M; SASSO, R. Transações com partes relacionadas: estratégias jurídicas e relação com a governança corporativa e valor das empresas no Brasil. **Centro de Estudos em Governança Corporativa (CEG)**, São Paulo, Working Paper Series 002/2009. Disponível em: <http://www.ceg.org.br/arquivos/02_2009.pdf>. Acesso em: 31 ago. 2010.

SROUR, G. Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa: Um Estudo Sobre a Conduta e a Performance das Firms Brasileiras. **RBE**, Rio de Janeiro, v 59, n.4, 635-674, Out./Dez, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbe/v59n4/a06v59n4.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2010.

SROUR, R. H. **Poder, Cultura e Ética nas Organizações**. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

_____. **Ética Empresarial** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

STEVENS, B. Corporate Ethical Codes: Effective Instruments for Influencing Behavior. **Journal of Business Ethics** (2008), Netherlands, n.78, p. 601–609, Springer 2007.

Disponível em:

<http://novo.periodicos.capes.gov.br/index.php?option=com_pmetabusca&mn=70&smn=78>. Acesso em: 31 maio 2010.

TAGATA, C. M. Ética na Pesquisa Científica – O Papel do Professor na Construção de um Cidadão Ético. **Revista de Ciências Jurídicas e Sociais da Unipar**, Umuarama, v. 11, n. 1, p. 115-125, jan./jun. 2008. Disponível em:

<<http://revistas.unipar.br/juridica/article/viewFile/2253/1854>>. Acesso em: 22 ago.2010.

TEIXEIRA, A, O; SOUZA, C, M. Governança Corporativa: Uma Análise Crítica Sobre a Aplicabilidade dos Níveis Diferenciados de Governança. *In* Congresso UFSC de Controladoria e Finanças, 1., 2007, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis: UFSC, 2007. Disponível em:

<http://dvl.ccn.ufsc.br/congresso/arquivos_artigos/artigos/442/20090724144242.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2010.

TONELLI, M.L.Q. **Ética e Política: Qual Liberdade?**. São Paulo, 2008. 150 p. Dissertação (Mestrado em Filosofia) Departamento de Filosofia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2008.

USA. **Sarbanes-Oxley Act**, 2002. Disponível em:

<<http://www.law.uc.edu/CCL/SOact/toc.html>>. Acesso em: 30 jul. 2010. Tradução livre.

VÁZQUEZ, A.S. **Ética**. 31. ed. Rio de Janeiro: Civilização, 2010.

WEBBER, M. **Ciência e Política – Duas Vocações**. 16. ed. São Paulo: Cultrix, 2010.

WELLS, B; SPINKS, N. Ética de Cima para Baixo: Como a empresa pode implementar um código de ética e um programa de responsabilidade social e sair ganhando. **H S M M a n a g e m e n t**, São Paulo, n 7, m a r./a b r. 1 9 9 8. Disponível em:

<<http://br.hsmglobal.com/notas/40132-etica-cima-baixo>>. Acesso em: 11 jun. 2010.

ZATZ, M. Projeto Genoma Humano e Ética. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 14, n. 3, Jul./Set. 2000. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392000000300009>. Acesso em: 21 ago. 2010.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Obrigações adicionais à legislação para adesão aos níveis de governança corporativa da BM&FBovespa.

Níveis de Governança Corporativa		Principais obrigações adicionais à legislação para adesão aos níveis de governança corporativa da BM&FBovespa
Novo Mercado	Nível 1	Melhoria nas informações prestadas, adicionando às Informações Trimestrais (ITRs) – documento que é enviado pelas companhias listadas à CVM e à BM&FBovespa, disponibilizado ao público e que contém demonstrações financeiras trimestrais – entre outras: demonstrações financeiras consolidadas e a demonstração dos fluxos de caixa.
		Melhoria nas informações relativas a cada exercício social, adicionando às Demonstrações Financeiras Padronizadas (DFPs) – documento que é enviado pelas companhias listadas à CVM e à BM&FBovespa, disponibilizado ao público e que contém demonstrações financeiras anuais – entre outras, a demonstração dos fluxos de caixa.
		Melhoria nas informações prestadas, adicionando às Informações Anuais (IANs) – documento que é enviado pelas companhias listadas à CVM e à BM&FBovespa, disponibilizado ao público e que contém informações corporativas – entre outras: a quantidade e características dos valores mobiliários de emissão da companhia detidos pelos grupos de acionistas do Conselho Fiscal, bem como a evolução dessas posições.
		Realização de reuniões públicas com analistas e investidores, ao menos uma vez por ano.
		Apresentação de um calendário anual, do qual conste a programação dos eventos corporativos, tais como assembléias, divulgação de resultados etc.
		Divulgação dos termos dos contratos firmados entre a companhia e partes relacionadas
		Divulgação, em bases mensais, das negociações de valores mobiliários e derivativos de emissão da companhia por parte dos acionistas controladores.
		Manutenção em circulação de uma parcela mínima de ações, representando 25% (vinte e cinco por cento) do capital social da companhia.
		Quando da realização de distribuições públicas de ações, adoção de mecanismos que favoreçam a dispersão do capital.
	Nível 2	Divulgação de demonstrações financeiras de acordo com padrões internacionais <i>IFRS</i> ou <i>US GAAP</i> .
		Conselho de Administração com mínimo de 5 (cinco) membros e mandato unificado de até 2 (dois) anos, permitida a reeleição. No mínimo, 20% (vinte por cento) dos membros deverão ser conselheiros independentes.
		Direito de voto às ações preferenciais em algumas matérias, tais como, transformação, incorporação, fusão ou cisão da companhia e aprovação de contratos entre a companhia e empresas do mesmo grupo sempre que, por força de disposição legal ou estatutária, sejam deliberados em assembléia geral.
		Extensão para todos os acionistas detentores de ações ordinárias das mesmas condições obtidas pelos controladores quando da venda do controle da companhia e de, no mínimo, 80% (oitenta por cento) deste valor para os detentores de ações preferenciais (<i>tag along</i>).
		Realização de uma oferta pública de aquisição de todas as ações em circulação, no mínimo, pelo valor econômico, nas hipóteses de fechamento do capital ou cancelamento do registro de negociação neste Nível.
		Adesão à Câmara de Arbitragem do Mercado para resolução de conflitos societários.
		Extensão para todos os acionistas das mesmas condições obtidas pelos controladores quando da venda do controle da companhia (<i>tag along</i>).
		Emissão somente de ações ordinárias e/ou conversão de ações preferenciais em ações ordinárias (proibição de emissão de ações preferenciais).

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Teixeira e Souza (2007) e BM&FBovespa (2010c).

GAFISA	6	Brasileiro	7.688.323	sim	C.Ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	15	
IGUATEMI	23	Brasileiro	1.964.885		código de ética	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	10	
INDS ROMI	3	Brasileiro	1.739.582		código de ética	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	9	
IOCHP-MAXION	4	Brasileiro	1.391.309		C.Ética	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	15	
JBS	16	Brasileiro	44.697.960		man condit étic	0	0	1	1		0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1		1	0	9	
JHSF PART	6	Brasileiro	1.841.647		código de ética	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	15	
LIGHT S/A	42	Brasileiro	9.360.159		código de ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	12	
LLX LOG(EBX)	7	Brasileiro*	1.516.561		código de cond	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	15	
LOCALIZA	9	Brasileiro	2.568.846		código de ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	8	
LOG-IN	7	Brasileiro	925.034		manual de cont	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	11	
LOJAS RENNEN	8	Pulverizado	1.921.197		código de ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	13	
MAGNESITA SA	32	Brasileiro	4.966.274		código de ética	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	13	
MARFRIG	16	Brasileiro	11.451.641		código de ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	12	
MARISA	8	Brasileiro	1.538.278		C.Cdt Et	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	10	
MMX MINER(EBX)	33	Brasileiro	1.710.060		código de cond	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	15	
MPX ENERGIA(EBX)	42	Brasileiro	4.219.306		código de cond	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	15	
ODONTOPREV	22	Brasileiro	1.140.630		código de ética	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	8	
OGX PETROLEO(EBX)	36	Americana*	10.388.632		código de cond	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	15	
PORTO SEGURO	27	Brasileiro	11.522.502		política de étic	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	10	
PORTOBELLO	6	Brasileiro	450.734		código de ética	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	11	
POSITIVO INF	37	Brasileiro	1.347.940		código de alinh	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	17	
REDECARD	29	Brasileiro	17.459.193		código de ética	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	14	
RODOBENSIMOB	6	Brasileiro	1.464.260		código de ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1		1	0	1	0	1	0	0	11	
ROSSI RESID	6	Brasileiro	4.408.058		código de cond	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	14	
TECNISA	6	Brasileiro	2.248.435		código de ética	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	6	
TOTVS	38	Brasileiro	1.194.709		código de ética	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	8	
TRIUNFO PART	7	Brasileiro	1.680.152		código de cond	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1		0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	14	
TRACTEBEL	42	Franco-belga	9.654.142		código de ética	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	10	
WEG	3	Brasileiro	5.373.607		código de ética	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	14	
			1.081.698.985		Totais	55	9	50	54	43	16	0	0	10	43	57	11	41	17	30	41	55	52	43	29	42	28	726

Total Empr. NM = 107
Total Códigos = 60

Legenda:
Codigo de Conduta/Ética
Consta = 1
Não consta = 0

Fonte: Elaborado pelo autor

Empresas do Nível 2

Empresa	Setor	Origem	Ativ. R\$ mil	ADR	Nome	Código de Conduta - IBGC																				Total		
						Leis e Trib	Part Rel	Uso ativ	C. Itere	Inf Priv	Neg Aç	Proc.	Whis	Fraude	Pag Re	Rec Pr	Doação	A.Polit	Privac	Nepot	M.Am	Discim	Asd M	Seg Tr	Exp tra		Ri Com	Al/Dog
ALL AMER LAT	7	Brasileiro	12.374.974		C.Ética	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	14
ANHANGUERA	9	Brasileiro	1.849.212		C.Conduta	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	12
ABC BRASIL	25	Bareinita	7.377.224		C.Ética	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	5
SANTANDER BR	25	Espanhol	342.323.741	sim	C.Ética	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	11
SOFISA	25	Brasileiro	4.677.127		C.Ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
CELESC	42	Estatal	4.351.121		C.Ética	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	13
ELETROPAULO(AES)	42	Americ/Brasil	11.855.390		G. valores	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	14
GOL	7	Brasileiro	8.720.120	sim	C.Ética	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	12
MARCOPOLO	4	Brasileiro	2.474.894		C.Conduta	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	12
NET	12	Brasileiro	8.333.791		C.Ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	13
SUL AMERICA	27	Brasileiro	12.429.366		C.Ética	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	5
TAMS/A	7	Brasileiro	12.144.466	sim	C.Ética	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	5
TERNA PART	42	Brasileiro	3.514.297		C.Ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	13
			432.425.723		Totais	11	0	10	10	11	3	0	0	1	9	11	1	7	5	6	10	11	8	6	4	9	1	134

Legenda:
 Código de Conduta/Ética
 Consta = 1
 Não consta = 0

Total Empr. N2 = 19
 Total Códigos = 13

Fonte: Elaborado pelo autor

PARANA	25	Brasileiro	2.823.119		código de ética e	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9		
RANDON PART	4	Brasileiro	2.577.230		guia cda ética	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	8
ALPARGATAS	13	Brasileiro	1.748.959		C.Cdt Etc	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	16	
SUZANO PAPEL	31	Brasileiro	12.758.969		C. Conduta	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1		0	1	1	1	1	1	1	0	12	
ULTRAPAR	24	Brasileiro	11.090.281	sim	C.Etica	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	11	
VALE	33	Brasileiro	177.738.189	sim	C.Cdt. Etica	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1		0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	8	
			1.746.463.867		Totais	24	1	20	26	25	5	0	0	2	15	26	3	13	12	13	24	28	22	14	12	21	8	314	

Total Empr. N1 = 35
Total Códigos = 30

Legenda:
Codigo de Conduta/Ética
Consta = 1
Não consta = 0

Fonte: Elaborado pelo autor

Empresas do Tradicional Bovespa

Empresa	Setor	Origem	Ativ. R\$ mil	ADR	Nome	Código de Conduta - IBGC																				Total										
						Leis e Trib	Part Rel	Uso ativ	C. Itere	Inf Pri	Neg Aç	Proc,	Whist	Fraude	Pag Re	Rec Pr	Doações	A.Polit	Privac	Nepot	M.Am	Discim	Asd M	Seg Tra	Exp tra		RI Com	AI/Dog								
AÇOS VILL	35	Brasileiro	1.861.362		C.Cdt Etica	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	9
AES ELPA	42	Amer/Brasileiro	12.836.486		G. valores	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	14
AES SUL	42	Amer/Brasileiro	2.243.033		G. valores	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	14	
AES TIETE	42	Amer/Brasileiro	2.250.594		G. valores	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	14	
AFLUENTE(Neo)	42	Brasileiro	51.505		C.Etica	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	9	
AMPLA ENERG	42	Italiano	4.589.050		C.Conduca	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	17	
AMPLA INVEST	42	Italiano	402.190		C.Conduca	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	17	
EBE	42	Portugues	2.535.244		C.Eica	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	10	
BANESTES	25	Estatad	8.944.222		GuiaCdt Et	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	9	
AMAZONIA	25	Estatad	7.805.744		C.Etica	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	5
BANESE	25	Estatad	2.237.721		C.Cdt Etica	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	10	
NORD BRASIL	25	Estatad	19.154.466		C.Cond Etica	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	8
BRASIL TELEC (Oi)	39	Brasileiro	22.756.076	sim	C.Etica	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	13	
BRASMOTOR(whir	8	Americano	767.372		C.de Etica	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	10	
BRB BANCO	25	Estatad	6.612.133		C.Etica	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	7	
COMPANY	6	Canadense	1.286.561		C.Cdt Etica	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	9	
CAGECE	nc	Estatad	1.681.992		C.Etica	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	12	
CELUL IRANI	32	Brasileiro	520.389		C.Etica	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	12	
AMBEV	17	Belga	40.101.017	sim	C.Cd Negoc	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	14	
COELBA(Neo)	42	Brasileiro	4.749.345		C.Etica	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	9	
CELPE(Neo)	42	Brasileiro	3.568.294		C.Etica	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	9	
COELCE	42	Italiano	2.879.502		C.Etica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	8	
COSERN(Neo)	42	Brasileiro	1.502.844		C.Etica	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	9	
PAUL F LUZ(CPFL)	42	Brasileiro	4.408.460		C.Et e Cond.E	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
CPFL PIRATIN	42	Brasileiro	1.930.416		C.Et e Cd.Emp	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
SID NACIONAL	35	Brasileiro	29.167.224	sim	C.Etica	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	15
ECOVIAS(Ecorodov	7	Brasileiro	1.050.677		C.Cond	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	13	
TENDA(Gafisa)	6	Brasileiro	2.376.877		C.Et e Cond	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	15	
CONTAX	6	Brasileiro	1.130.899		C.Cd e Transp	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
CPFL GERACAO(CP	42	Brasileiro	4.913.433		C.Et e Cond.E	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
GER PARANAP(Du	42	Americano	3.301.169		C.Et. Neg.	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	15	
ECON(Ecorodovia	7	Brasileiro	1.927.806		C.Cd Empr	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	14	
ACO ALTONA	3	Brasileiro	143.195		C.Cond	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	4	
ELEKEIROZ	34	Brasileiro	584.308		C.Et e Cdt	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
ELEKTRO	42	Americano	3.241.770		C.Cond	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	15	

ELETROPAR(Eletr	42	Estatal	121.028		C.Ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	15	
EMBRATEL PAR	39	Maxicano	16.478.932		C.Ética	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	14		
ESCELSA(EDP)	42	Portugues	2.221.687		C.Ética	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	12	
FOSFERTIL	34	Brasileiro	2.646.904		C.Ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	10	
GUARARAPES	8	Brasileiro	2.268.522		Man.Cd.Disc.	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	11	
INVESTCO(EDP)	42	Portugues	1.424.937		C.Ética	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	12
ITAUTEC	37	Brasileiro	1.293.737		C.Ét e Cdt	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	17	
LIGHT	42	Brasileiro	8.704.315		C.Ética	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	10	
LOJAS AMERIC	8	Brasileiro	6.747.984		C.Cdt	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	13	
MARISA	8	Brasileiro	1.498.013		C.Cdt.Ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	12	
MENDES JR	6	Brasileiro	6.860.867		C.Cdt.Ética	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	4	
NOVA SUL AME	27	Brasileiro	2.502.640		C.Ética	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	9	
PETROBRAS	36	Estatal	350.306.679	sim	C.Ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	13	
PLASCAR PART	4	Brasileiro	722.112		C.Ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	12
RIO GDE ENER(CPF	42	Brasileiro	2.642.973		C.Ét e Cond.E	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
SOUZA CRUZ	20	Ingles	3.817.283		C.Cdt.Ética	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	13	
SUZANO HOLD	31	Brasileiro	13.086.378		C.Conduta	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	11	
TELEMAR(Oi)	39	Brasileiro	60.925.036	sim	C.Ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	13
TELESP(Telefonica	39	Espanhol	20.947.717	sim	C.Ética	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
TELEMAR N L(Oi)	39	Brasileiro	60.446.522		C.Ética	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	13
TERMOPE(Neo)	42	Brasileiro	1.095.580		C.Ética	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1		0	1	1	1	1	1	0	1	0	9
TIM PART S/A	40	Italiano	17.449.734	sim	C.Ética	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	10
TUPY	4	Brasileiro	2.178.605		C.Ét e Cdt	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	14
UNIDAS	9	Portugues	1.179.000		C.Cdt	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	9
USIN C PINTO	16	Brasileiro	1.475.742		C.Cdt Ética	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
VIVO	40	Brasileiro	21.127.793	sim	Pol Etc Cdt	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	9
WHIRLPOOL	8	Americano	4.316.739		C.Ética	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	10	
YARA BRASIL	34	Brasileiro	1.186.447		C.Cond	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	10	
			821.187.282		Totais	50	7	44	57	43	21	0	0	3	42	55	16	47	22	28	50	59	50	54	26	43	17	734	

Total Empr. TB = 258
Total Códigos = 63

Legenda:
Codigo de Conduta/Ética
Consta = 1
Não consta = 0

Fonte: Elaborado pelo autor

ANEXOS

Anexo A - Empresas pesquisadas.

Novo Mercado (30/06/2010)

	Razão Social	Nome de Pregão
1.	ACUCAR GUARANI S.A.	GUARANI
2.	AGRE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS S.A.	AGRE EMP IMO
3.	ALIANSCCE SHOPPING CENTERS S.A.	ALIANSCCE
4.	AMERICAN BANKNOTE S.A.	ABNOTE
5.	AMIL PARTICIPACOES S.A.	AMIL
6.	B2W - COMPANHIA GLOBAL DO VAREJO	B2W VAREJO
7.	BCO BRASIL S.A.	BRASIL
8.	BEMATECH S.A.	BEMATECH
9.	BHG S.A. - BRAZIL HOSPITALITY GROUP	BHG
10.	BMFBOVESPA S.A. BOLSA VALORES MERC FUT	BMFBOVESPA
11.	BR MALLS PARTICIPACOES S.A.	BR MALLS PAR
12.	BR PROPERTIES S.A.	BR PROPERT
13.	BRASIL BROKERS PARTICIPACOES S.A.	BR BROKERS
14.	BRASIL ECODIESEL IND COM BIO.OL.VEG.S.A.	ECODIESEL
15.	BRASILAGRO - CIA BRAS DE PROP AGRICOLAS	BRASILAGRO
16.	BRF - BRASIL FOODS S.A.	BRF FOODS
17.	BROOKFIELD INCORPORAÇÕES S.A.	BROOKFIELD
18.	CAMARGO CORREA DESENV. IMOBILIARIO S.A.	CC DES IMOB
19.	CETIP S.A. - BALCÃO ORGANIZADO DE ATIVOS E DERIV.	CETIP
20.	CIA CONCESSOES RODOVIARIAS	CCR RODOVIAS
21.	CIA HERING	CIA HERING
22.	CIA PROVIDENCIA INDÚSTRIA E COMERCIO	PROVIDENCIA
23.	CIA SANEAMENTO BASICO EST SAO PAULO	SABESP
24.	CIA SANEAMENTO DE MINAS GERAIS-COPASA MG	COPASA
25.	CIELO S.A.	CIELO
26.	COSAN S.A. INDÚSTRIA E COMERCIO	COSAN
27.	CPFL ENERGIA S.A.	CPFL ENERGIA
28.	CR2 EMPREENDIMENTOS IMOBILIARIOS S.A.	CR2
29.	CREMER S.A.	CREMER
30.	CSU CARDSYSTEM S.A.	CSU CARDSYST
31.	CYRELA BRAZIL REALTY S.A.EMPREENDEMENTOS E PART.	CYRELA REALT
32.	CYRELA COMMERCIAL PROPERT S.A. EMPT PART	CYRE COM-CCP
33.	DIAGNOSTICOS DA AMERICA S.A.	DASA
34.	DIRECIONAL ENGENHARIA S.A.	DIRECIONAL
35.	DROGASIL S.A.	DROGASIL
36.	DURATEX S.A.	DURATEX
37.	ECORODOVIAS INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA S.A.	ECORODOVIAS
38.	EDP - ENERGIAS DO BRASIL S.A.	ENERGIAS BR
39.	EMBRAER-EMPRESA BRAS DE AERONAUTICA S.A.	EMBRAER
40.	EQUATORIAL ENERGIA S.A.	EQUATORIAL
41.	ESTACIO PARTICIPACOES S.A.	ESTACIO PART
42.	ETERNIT S.A.	ETERNIT
43.	EVEN CONSTRUTORA E INCORPORADORA S.A.	EVEN
44.	EZ TEC EMPREEND. E PARTICIPACOES S.A.	EZTEC
45.	FERTILIZANTES HERINGER S.A.	FER HERINGER
46.	FLEURY S.A.	FLEURY
47.	GAFISA S.A.	GAFISA
48.	GENERAL SHOPPING BRASIL S.A.	GENERALSHOPP
49.	GRENDENE S.A.	GRENDENE
50.	GVT (HOLDING) S.A.	GVT HOLDING
51.	HELBOR EMPREENDIMENTOS S.A.	HELBOR
52.	HYPERMARCAS S.A.	HYPERMARCAS
53.	IDEIASNET S.A.	IDEIASNET
54.	IGUATEMI EMPRESA DE SHOPPING CENTERS S.A	IGUATEMI
55.	INDÚSTRIAS ROMI S.A.	INDS ROMI
56.	INPAR S.A.	INPAR S/A
57.	IOCHPE MAXION S.A.	IOCHP-MAXION
58.	JBS S.A.	JBS

59.	JHSF PARTICIPACOES S.A.	JHSF PART
60.	LIGHT S.A.	LIGHT S/A
61.	LLX LOGISTICA S.A.	LLX LOG
62.	LOCALIZA RENT A CAR S.A.	LOCALIZA
63.	LOG-IN LOGISTICA INTERMODAL S.A.	LOG-IN
64.	LOJAS RENNER S.A.	LOJAS RENNER
65.	LPS BRASIL - CONSULTORIA DE IMOVEIS S.A.	LOPES BRASIL
66.	LUPATECH S.A.	LUPATECH
67.	M.DIAS BRANCO S.A. IND COM DE ALIMENTOS	M.DIASBRANCO
68.	MAGNESITA REFRATARIOS S.A.	MAGNESITA AS
69.	MARFRIG ALIMENTOS S/A	MARFRIG
70.	MARISA S.A.	MARISA
71.	MEDIAL SAUDE S.A.	MEDIAL SAUDE
72.	METALFRIO SOLUTIONS S.A.	METALFRIO
73.	MILLS ESTRUTURAS E SERVIÇOS DE ENGENHARIA AS	MILLS
74.	MINERVA S.A.	MINERVA
75.	MMX MINERACAO E METALICOS S.A.	MMX MINER
76.	MPX ENERGIA S.A.	MPX ENERGIA
77.	MRV ENGENHARIA E PARTICIPACOES S.A.	MRV
78.	MULTIPLUS S.A.	MULTIPLUS
79.	NATURA COSMETICOS S.A.	NATURA
80.	OBRASCON HUARTE LAIN BRASIL S.A.	OHL BRASIL
81.	ODONTOPREV S.A.	ODONTOPREV
82.	OGX PETROLEO E GAS PARTICIPACOES S.A.	OGX PETROLEO
83.	OSX BRASIL S.A.	OSX BRASIL
84.	PDG REALTY S.A. EMPREEND E PARTICIPACOES	PDG REALT
85.	PORTO SEGURO S.A.	PORTO SEGURO
86.	PORTOBELLO S.A.	PORTOBELLO
87.	POSITIVO INFORMATICA S.A.	POSITIVO INF
88.	PROFARMA DISTRIB PROD FARMACEUTICOS S.A.	PROFARMA
89.	REDECARD S.A.	REDECARD
90.	RENAR MACAS S.A.	RENAR
91.	RESTOQUE COMÉRCIO E CONFECÇÕES DE ROUPAS S.A.	LE LIS BLANC
92.	RODOBENS NEGOCIOS IMOBILIARIOS S.A.	RODOBENSIMOB
93.	ROSSI RESIDENCIAL S.A.	ROSSI RESID
94.	SAO CARLOS EMPREEND E PARTICIPACOES S.A.	SAO CARLOS
95.	SAO MARTINHO S.A.	SAO MARTINHO
96.	SLC AGRICOLA S.A.	SLC AGRICOLA
97.	SPRINGS GLOBAL PARTICIPACOES S.A.	SPRINGS
98.	TARPON INVESTIMENTOS S.A.	TARPON INV
99.	TECNISA S.A.	TECNISA
100.	TEGMA GESTAO LOGISTICA S.A.	TEGMA
101.	TEMPO PARTICIPACOES S.A.	TEMPO PART
102.	TIVIT TERC. DE PROC., SERV. E TEC. S.A.	TIVIT
103.	TOTVS S.A.	TOTVS
104.	TPI - TRIUNFO PARTICIP. E INVEST. S.A.	TRIUNFO PART
105.	TRACTEBEL ENERGIA S.A.	TRACTEBEL
106.	TRISUL S.A.	TRISUL
107.	WEG S.A.	WEG

Fonte: BM&FBovespa (2010b)

Nível 1 (30/06/2010)

	Razão Social	Nome de Pregão
1.	BCO BRADESCO S.A.	BRADESCO
2.	BCO CRUZEIRO DO SUL S.A.	CRUZEIRO SUL
3.	BCO DAYCOVAL S.A.	DAYCOVAL
4.	BCO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL S.A.	BANRISUL
5.	BCO INDUSTRIAL E COMERCIAL S.A.	BICBANCO
6.	BCO INDUSVAL S.A.	INDUSVAL
7.	BCO PANAMERICANO S.A.	PANAMERICANO

8.	BCO PINE S.A.	PINE
9.	BRADSPAR S.A.	BRADSPAR
10.	BRASKEM S.A.	BRASKEM
11.	CENTRAIS ELET BRAS S.A. - ELETROBRAS	ELETROBRAS
12.	CESP - CIA ENERGETICA DE SAO PAULO	CESP
13.	CIA BRASILEIRA DE DISTRIBUICAO	P.ACUCAR-CBD
14.	CIA ENERGETICA DE MINAS GERAIS - CEMIG	CEMIG
15.	CIA FIACAO TECIDOS CEDRO CACHOEIRA	CEDRO
16.	CIA PARANAENSE DE ENERGIA - COPEL	COPEL
17.	CONFAB INDUSTRIAL S.A.	CONFAB
18.	CTEEP - CIA TRANSMISSÃO ENERGIA ELÉTRICA PAULISTA	TRAN PAULIST
19.	FIBRIA CELULOSE S.A.	FIBRIA
20.	FRAS-LE S.A.	FRAS-LE
21.	GERDAU S.A.	GERDAU
22.	ITAÚ UNIBANCO HOLDING S.A.	ITAUNIBANCO
23.	ITAÚSA INVESTIMENTOS ITAU S.A.	ITAUSA
24.	KLABIN S.A.	KLABIN S/A
25.	MANGELS INDUSTRIAL S.A.	MANGELS INDL
26.	METALURGICA GERDAU S.A.	GERDAU MET
27.	PARANA BCO S.A.	PARANA
28.	PARANAPANEMA S.A.	PARANAPANEMA
29.	RANDON S.A. IMPLEMENTOS E PARTICIPACOES	RANDON PART
30.	SAO PAULO ALPARGATAS S.A.	ALPARGATAS
31.	SUZANO PAPEL E CELULOSE S.A.	SUZANO PAPEL
32.	ULTRAPAR PARTICIPACOES S.A.	ULTRAPAR
33.	UNIPAR UNIAO DE IND PETROQ S.A.	UNIPAR
34.	USINAS SID DE MINAS GERAIS S.A.-USIMINAS	USIMINAS
35.	VALE S.A.	VALE

Fonte: BM&FBovespa (2010b).

Nível 2 (30/06/2010)

	Razão Social	Nome de Pregão
1.	ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A.	ALL AMER LAT
2.	ANHANGUERA EDUCACIONAL PARTICIPACOES S.A	ANHANGUERA
3.	BCO ABC BRASIL S.A.	ABC BRASIL
4.	BCO SANTANDER (BRASIL) S.A.	SANTANDER BR
5.	BCO SOFISA S.A.	SOFISA
6.	CENTRAIS ELET DE SANTA CATARINA S.A.	CELESC
7.	ELETROPAULO METROP. ELET. SAO PAULO S.A.	ELETROPAULO
8.	GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	GOL
9.	KROTON EDUCACIONAL S.A.	KROTON
10.	MARCOPOLO S.A.	MARCOPOLO
11.	MULTIPLAN - EMPREEND IMOBILIARIOS S.A.	MULTIPLAN
12.	NET SERVICOS DE COMUNICACAO S.A.	NET
13.	SANTOS BRASIL PARTICIPACOES S.A.	SANTOS BRP
14.	SARAIVA S.A. LIVREIROS EDITORES	SARAIVA LIVR
15.	SEB - SISTEMA EDUCACIONAL BRASILEIRO S.A	SEB
16.	SUL AMERICA S.A.	SUL AMERICA
17.	TAM S.A.	TAM S/A
18.	TRANSMISSORA ALIANÇA DE ENERGIA ELÉTRICA S.A.	TERNA PART
19.	UNIVERSO ONLINE S.A.	UOL

Fonte: BM&FBovespa (2010b).

Tradicional Bovespa (30/06/2010)

	Razão Social	Nome de Pregão
1.	ACOS VILLARES S.A.	AÇOS VILL
2.	AES ELPA S.A.	AES ELPA
3.	AES SUL DISTRIB GAUCHA DE ENERGIA S.A.	AES SUL
4.	AES TIETE S.A.	AES TIETE
5.	AETATIS SECURITIZADORA S.A.	AETATIS SEC

6.	AFLUENTE GERAÇÃO DE ENERGIA ELÉTRICA S.A.	AFLUENTE
7.	AGRE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS S.A.	AGRE EMP IMO
8.	ALFA HOLDINGS S.A.	ALFA HOLDING
9.	ALTERE SECURITIZADORA S.A.	ALTERE SEC
10.	AMERICEL S.A.	AMERICEL
11.	AMPLA ENERGIA E SERVICOS S.A.	AMPLA ENEREG
12.	AMPLA INVESTIMENTOS E SERVICOS S.A.	AMPLA INVEST
13.	ARTHUR LANGE S.A. INDÚSTRIA E COMERCIO	ARTHUR LANGE
14.	ASTER SECURITIZADORA S.A.	ASTER SEC
15.	AZEVEDO E TRAVASSOS S.A.	AZEVEDO
16.	BAHEMA S.A.	BAHEMA
17.	BANDEIRANTE ENERGIA S.A.	EBE
18.	BANESTES S.A. - BCO EST ESPIRITO SANTO	BANESTES
19.	BARDELLA S.A. INDÚSTRIAS MECANICAS	BARDELLA
20.	BATTISTELLA ADM PARTICIPACOES S.A.	BATTISTELLA
21.	BAUMER S.A.	BAUMER
22.	BCO ALFA DE INVESTIMENTO S.A.	ALFA INVEST
23.	BCO AMAZONIA S.A.	AMAZONIA
24.	BCO ESTADO DE SERGIPE S.A. - BANESE	BANESE
25.	BCO ESTADO DO PARA S.A.	BANPARA
26.	BCO MERCANTIL DE INVESTIMENTOS S.A.	MERC INVEST
27.	BCO MERCANTIL DO BRASIL S.A.	MERC BRASIL
28.	BCO NORDESTE DO BRASIL S.A.	NORD BRASIL
29.	BETA SECURITIZADORA S.A.	BETA SECURIT
30.	BGP PAR S.A.	BGP PAR
31.	BICICLETAS MONARK S.A.	BIC MONARK
32.	BIOMM S.A.	BIOMM
33.	BOMBRIIL HOLDING S.A.	BOMBRIIL HLD
34.	BOMBRIIL S.A.	BOMBRIIL
35.	BOTUCATU TEXTIL S.A.	BOTUCATU TEX
36.	BRADESCO LEASING S.A. ARREND MERCANTIL	BRADESCO LSG
37.	BRASIL TELECOM S.A.	BRASIL TELEC
38.	BRASMOTOR S.A.	BRASMOTOR
39.	BRAZILIAN FINANCE E REAL ESTATE S.A.	BRAZILIAN FR
40.	BRB BCO DE BRASILIA S.A.	BRB BANCO
41.	BROOKFIELD SÃO PAULO EMPREEND IMOBILIÁRIOS S.A.	COMPANY
42.	BUETTNER S.A. INDÚSTRIA E COMERCIO	BUETTNER
43.	CAFE SOLUVEL BRASILIA S.A.	CAF BRASILIA
44.	CAGECE - CIA DE AGUA E ESGOTO DO CEARA	CAGECE
45.	CAMBUCI S.A.	CAMBUCI
46.	CBCC PARTICIPACOES S.A.	CBCC
47.	CELM CIA EQUIP LABORATOR MODERNOS	CELM
48.	CELULOSE IRANI S.A.	CELUL IRANI
49.	CEMEPE INVESTIMENTOS S.A.	CEMEPE
50.	CENTENNIAL ASSET PARTICIP.AMAPA S.A.	CENT AMAPA
51.	CENTENNIAL ASSET PARTICIP.MINAS-RIO S.A.	CENT MIN-RIO
52.	CENTENNIAL ASSET PARTICIPAÇÕES AÇU S.A.	CENT ACU
53.	CENTENNIAL ASSET PARTIPAÇÕES SUDESTE S.A.	CENT SUDESTE
54.	CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	CELPA
55.	CENTRAIS ELET MATOGROSSENSES S.A.- CEMAT	CEMAT
56.	CERAMICA CHIARELLI S.A.	CHIARELLI
57.	CIA BANDEIRANTES DE ARMAZENS GERAIS	BAN ARMAZENS
58.	CIA BEBIDAS DAS AMERICAS - AMBEV	AMBEV
59.	CIA BRASILIANA DE ENERGIA	BRASILIANA
60.	CIA CACIQUE DE CAFE SOLUVEL	CACIQUE
61.	CIA CATARINENSE DE AGUAS E SANEAM.-CASAN	CASAN
62.	CIA CELG DE PARTICIPACOES - CELGPAR	CELGPAR
63.	CIA DISTRIB DE GAS DO RIO DE JANEIRO-CEG	CEG
64.	CIA DOCAS DE IMBITUBA	DOC IMBITUBA
65.	CIA ELETRICIDADE EST. DA BAHIA - COELBA	COELBA
66.	CIA ENERGETICA DE BRASILIA	CEB
67.	CIA ENERGETICA DE PERNAMBUCO - CELPE	CELPE
68.	CIA ENERGETICA DO CEARA - COELCE	COELCE
69.	CIA ENERGETICA DO RIO GDE NORTE - COSERN	COSERN
70.	CIA FERRO LIGAS DA BAHIA - FERBASA	FERBASA
71.	CIA GAS DE SAO PAULO - COMGAS	COMGAS

72.	CIA HABITASUL DE PARTICIPACOES	HABITASUL
73.	CIA IGUACU DE CAFE SOLUVEL	IGUACU CAFÉ
74.	CIA INDUSTRIAL CATAGUASES	IND CATAGUAS
75.	CIA INDUSTRIAL SCHLOSSER S.A.	SCHLOSSER
76.	CIA MELHORAMENTOS DE SAO PAULO	MELHOR SP
77.	CIA PARTICIPACOES ALIANCA DA BAHIA	PAR AL BAHIA
78.	CIA PAULISTA DE FORCA E LUZ	PAUL F LUZ
79.	CIA PIRATININGA DE FORCA E LUZ	CPFL PIRATIN
80.	CIA SANEAMENTO DO PARANA - SANEPAR	SANEPAR
81.	CIA SEGUROS ALIANCA DA BAHIA	SEG AL BAHIA
82.	CIA SIDERURGICA NACIONAL	SID NACIONAL
83.	CIA TECIDOS NORTE DE MINAS COTEMINA	COTEMINAS
84.	CIA TECIDOS SANTANENSE	SANTANENSE
85.	CIA TEXTIL FERREIRA GUIMARAES	F GUIMARAES
86.	CIMOB PARTICIPACOES S.A.	CIMOB PART
87.	CIMS S.A.	CIMS
88.	CLARION S.A. AGROINDUSTRIAL	CLARION
89.	COARI PARTICIPACOES S.A.	COARI PART
90.	COBRASMA S.A.	COBRASMA
91.	CONC ROD OSORIO-PORTO ALEGRE S.A-CONCEPA	CONCEPA
92.	CONC SIST ANHANG-BANDEIRANT S.A. AUTOBAN	AUTOBAN
93.	CONCESSIONARIA ECOVIAS IMIGRANTES S.A.	ECOVIAS
94.	CONCESSIONARIA ROD.OESTE SP VIAOESTE S.A	VIAOESTE
95.	CONSERVAS ODERICH S.A.	ODERICH
96.	CONSORCIO ALFA DE ADMINISTRACAO S.A.	ALFA CONSORC
97.	CONSTRUTORA ADOLPHO LINDENBERG S.A.	CONST A LIND
98.	CONSTRUTORA LIX DA CUNHA S.A.	LIX DA CUNHA
99.	CONSTRUTORA SULTEPA S.A.	SULTEPA
100.	CONSTRUTORA TENDA S.A.	TENDA
101.	CONTAX PARTICIPACOES S.A.	CONTAX
102.	CORREA RIBEIRO S.A. COMERCIO E INDÚSTRIA	COR RIBEIRO
103.	CPFL GERACAO DE ENERGIA S.A.	CPFL GERACAO
104.	CTX PARTICIPAÇÕES S.A.	CTX PART
105.	DHB INDÚSTRIA E COMERCIO S.A.	D H B
106.	DIMED S.A. DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS	DIMED
107.	DIXIE TOGA S.A.	DIXIE TOGA
108.	DOCAS INVESTIMENTOS S.A.	DOCAS
109.	DOHLER S.A.	DOHLER
110.	DTCOM - DIRECT TO COMPANY S.A.	DTCOM-DIRECT
111.	DUKE ENERGY INT. GER. PARANAPANEMA S.A.	GER PARANAP
112.	EBX BRASIL S.A.	EBX BRASIL
113.	ECORODOVIAS CONCESSÕES E SERVIÇOS S.A.	ECON
114.	ELECTRO ACO ALTONA S.A.	ACO ALTONA
115.	ELEKEIROZ S.A.	ELEKEIROZ
116.	ELEKTRO - ELETRICIDADE E SERVICOS S.A.	ELEKTRO
117.	ELETROBRÁS PARTICIPAÇÕES S.A. - ELETROPAR	ELETROPAR
118.	EMAE - EMPRESA METROP.AGUAS ENERGIA S.A.	EMAE
119.	EMBRATEL PARTICIPACOES S.A.	EMBRATEL PAR
120.	EMPRESA CONC RODOV DO NORTE S.A.ECONORTE	ECONORTE
121.	EMPRESA ENERG MATO GROS.SUL S.A.-ENERSUL	ENERSUL
122.	EMPRESA INVEST ENERGIAS RENOVAVEIS S.A.	ERSA ENERGIA
123.	EMPRESA NAC COM REDITO PART S.A.ENCORPAR	ENCORPAR
124.	ENERGISA S.A.	ENERGISA
125.	ESPIRITO SANTO CENTR.ELETR. S.A.-ESCELSA	ESCELSA
126.	EXCELSIOR ALIMENTOS S.A.	EXCELSIOR
127.	FABRICA TECIDOS CARLOS RENAUX S.A.	FAB C RENAUX
128.	FERROVIA CENTRO-ATLANTICA S.A.	FER C ATLANT
129.	FERTILIZANTES FOSFATADOS S.A.- FOSFERTIL	FOSFERTIL
130.	FIACAO TEC SAO JOSE S.A.	TECEL S JOSE
131.	FIBAM COMPANHIA INDUSTRIAL	FIBAM
132.	FINANCEIRA ALFA S.A.- CRED FINANC E INVS	ALFA FINANC
133.	FINANSINOS S.A.- CREDITO FINANC E INVEST	FINANSINOS
134.	FORJAS TAURUS S.A.	FORJA TAURUS
135.	GAZOLA S.A. INDÚSTRIA METALURGICA	GAZOLA
136.	GLOBEX UTILIDADES S.A.	GLOBEX
137.	GPC PARTICIPACOES S.A.	GPC PART

138.	GRAZZIOTIN S.A.	GRAZZIOTIN
139.	GRUCAI PARTICIPACOES S.A.	GRUCAI
140.	GUARARAPES CONFECOES S.A.	GUARARAPES
141.	HAGA S.A. INDÚSTRIA E COMERCIO	HAGA S/A
142.	HERCULES S.A. FABRICA DE TALHERES	HERCULES
143.	HOPI HARI S.A.	PQ HOPI HARI
144.	HOTEIS OTHON S.A.	HOTEIS OTHON
145.	IGB ELETRÔNICA S/A	IGB S/A
146.	INDÚSTRIAS J B DUARTE S.A.	J B DUARTE
147.	INEPAR ENERGIA S.A.	IENERGIA
148.	INEPAR S.A. INDÚSTRIA E CONSTRUCOES	INEPAR
149.	INEPAR TELECOMUNICACOES S.A.	INEPAR TEL
150.	INVESTCO S.A.	INVESTCO
151.	INVESTIMENTOS BEMGE S.A.	INVEST BEMGE
152.	ITAITINGA PARTICIPACOES S.A.	ITAITINGA
153.	ITAUTEC S.A. - GRUPO ITAUTEC	ITAUTEC
154.	JEREISSATI PARTICIPACOES S.A.	JEREISSATI
155.	JOAO FORTES ENGENHARIA S.A.	JOAO FORTES
156.	JOSAPAR-JOQUIM OLIVEIRA S.A. - PARTICIP	JOSAPAR
157.	KARSTEN S.A.	KARSTEN
158.	KEPLER WEBER S.A.	KEPLER WEBER
159.	KLABIN SEGALL S.A.	KLABINSEGALL
160.	LA FONTE TELECOM S.A.	LA FONTE TEL
161.	LARK S.A. MAQUINAS E EQUIPAMENTOS	LARK MAQS
162.	LF TEL S.A.	LF TEL
163.	LIGHT SERVICOS DE ELETRICIDADE S.A.	LIGHT
164.	LIVRARIA DO GLOBO S.A.	LIVR GLOBO
165.	LOJAS AMERICANAS S.A.	LOJAS AMERIC
166.	LOJAS HERING S.A.	LOJAS HERING
167.	M G POLIESTER S.A.	M G POLIEST
168.	MAHLE-METAL LEVE S.A.	METAL LEVE
169.	MANUFATURA DE BRINQUEDOS ESTRELA S.A.	ESTRELA
170.	MARAMBAIA ENERGIA RENOVAVEL S.A.	MARAMBAIA
171.	MARISA S.A.	MARISA
172.	MARISOL S.A.	MARISOL
173.	MEDIAL SAUDE S.A.	MEDIAL SAUDE
174.	MENDES JUNIOR ENGENHARIA S.A.	MENDES JR
175.	MERCANTIL BRASIL FINANC S.A. C.F.I.	MERC FINANC
176.	METALGRAFICA IGUACU S.A.	METAL IGUACU
177.	METALURGICA DUQUE S.A.	MET DUQUE
178.	METALURGICA RIOSULENSE S.A.	RIOSULENSE
179.	METISA METALURGICA TIMBOENSE S.A.	METISA
180.	METROPOLIS EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS S.A.	METROPOLIS
181.	MILLENNIUM INORGANIC CHEMICALS BR S.A.	MILLENNIUM
182.	MINASMAQUINAS S.A.	MINASMAQUINA
183.	MINUPAR PARTICIPACOES S.A.	MINUPAR
184.	MONTEIRO ARANHA S.A.	MONT ARANHA
185.	MUNDIAL S.A. - PRODUTOS DE CONSUMO	MUNDIAL
186.	NADIR FIGUEIREDO IND E COM S.A.	NADIR FIGUEI
187.	NORDON INDÚSTRIAS METALURGICAS S.A.	NORDON MET
188.	NOVA AÇAO PARTICIPACOES S.A.	NOVA SUL AME
189.	PANATLANTICA S.A.	PANATLANTICA
190.	PETROLEO BRASILEIRO S.A. PETROBRAS	PETROBRAS
191.	PETROPAR S.A.	PETROPAR
192.	PETTENATI S.A. INDÚSTRIA TEXTIL	PETTENATI
193.	PLASCAR PARTICIPACOES INDUSTRIAIS S.A.	PLASCAR PART
194.	POLPAR S.A.	POLPAR
195.	PRÓ METALURGIA S.A.	PRO METALURG
196.	PRONOR PETROQUIMICA S.A.	PRONOR
197.	QUATTOR PETROQUIMICA S.A.	QUATTOR PETR
198.	RASIP AGRO PASTORIL S.A.	RASIP AGRO
199.	RECRUSUL S.A.	RECRUSUL
200.	REDE ENERGIA S.A.	REDE ENERGIA
201.	REFINARIA DE PETROLEOS MANGUINHOS S.A.	PET MANGUINH
202.	RENOVA ENERGIA S.A.	RENOVA
203.	RIMET EMPREEND INDS E COMERCIAIS S.A.	RIMET

204.	RIO GRANDE ENERGIA S.A.	RIO GDE ENER
205.	S.A. (VIACAO AEREA-RIOGRANDENSE)	SAVARG
206.	SAM INDÚSTRIAS S.A.	SAM INDUSTR
207.	SANESALTO SANEAMENTO S.A.	SANESALTO
208.	SANSUY S.A. INDÚSTRIA DE PLÁSTICOS	SANSUY
209.	SANTHER FAB DE PAPEL STA THEREZINHA S.A.	SANTHER
210.	SANTOS BRASIL S.A.	SANTOS BRAS
211.	SAO PAULO TURISMO S.A.	SPTURIS
212.	SAUIPE S.A.	SAUIPE
213.	SCHULZ S.A.	SCHULZ
214.	SERGEN SERVICOS GERAIS DE ENG S.A.	SERGEN
215.	SIDERURGICA J. L. ALIPERTI S.A.	ALIPERTI
216.	SONDOTECNICA ENGENHARIA SOLOS S.A.	SONDOTECNICA
217.	SOUZA CRUZ S.A.	SOUZA CRUZ
218.	SPRINGER S.A.	SPRINGER
219.	STEEL DO BRASIL PARTICIPAÇÕES S.A.	STEEL BRASIL
220.	SUZANO HOLDING S.A.	SUZANO HOLD
221.	TEC TOY S.A.	TECTOY
222.	TECBLU TECELAGEM BLUMENAU S.A.	TEC BLUMENAU
223.	TECNOSOLO ENGENHARIA S.A.	TECNOSOLO
224.	TEKA-TECELAGEM KUEHNRIK S.A.	TEKA
225.	TEKNO S.A. - INDÚSTRIA E COMERCIO	TEKNO
226.	TELE NORTE CELULAR PARTICIPACOES S.A.	TELE NORT CL
227.	TELE NORTE LESTE PARTICIPACOES S.A.	TELEMAR
228.	TELEC BRASILEIRAS S.A. TELEBRAS	TELEBRAS
229.	TELEC DE SAO PAULO S.A. – TELES P	TELES P
230.	TELEMAR NORTE LESTE S.A.	TELEMAR N L
231.	TERMINAIS PORTUARIOS PONTA DO FELIX S.A.	TERMIN PORT
232.	TERMOPERNAMBUCO S.A.	TERMOPE
233.	TEXTIL RENAUXVIEW S.A.	TEX RENAUX
234.	TIM PARTICIPACOES S.A.	TIM PART S/A
235.	TREVISA INVESTIMENTOS S.A.	TREVISA
236.	TRORION S.A.	TRORION
237.	TUPY S.A.	TUPY
238.	ULBRA RECEBIVEIS S.A.	ULBRA RECEB
239.	UNI CIDADE SP TRUST DE RECEBIVEIS S.A.	UNI CIDADE
240.	UNIDAS S.A.	UNIDAS
241.	UNIVERSIDADE TRUST DE RECEBIVEIS S.A.	UNIVERSIDADE
242.	USINA COSTA PINTO S.A. ACUCAR ALCOOL	USIN C PINTO
243.	VARIG PARTI C EM SERV COMPLEMENTARES S.A.	VARIG SERV
244.	VARIG PARTI C EM TRANSPORTES AEREOS S.A.	VARIG TRANSP
245.	VBC ENERGIA S.A.	VBC ENERGIA
246.	VICUNHA SIDERURGIA S.A.	VICUNHA SID
247.	VICUNHA TEXTIL S.A.	VICUNHA TEXT
248.	VIVO PARTICIPACOES S.A.	VIVO
249.	VULCABRAS S.A.	VULCABRAS
250.	WEMBLEY SOCIEDADE ANONIMA	WEMBLEY
251.	WETZEL S.A.	WETZEL S/A
252.	WHIRLPOOL S.A.	WHIRLPOOL
253.	WIEST S.A.	WIEST
254.	WLM - INDÚSTRIA E COMERCIO S.A.	WLM IND COM
255.	WTORRE CRJ SECURITIZADORA CRED IMOB S.A.	WTORRE CRJ
256.	WTORRE NSBC SECURITIZADORA CRED IMOB S.A.	WTORRE NSBC
257.	WTORRE TC SECURITIZADORA CRED IMOB S.A.	WTORRE TC
258.	YARA BRASIL FERTILIZANTES S.A.	YARA BRASIL

Fonte: BM&FBovespa (2010b)

ANEXO B – Empresas brasileiras emissoras de ADRs (30.06.2010)

Name	Symbol	Listing
Ambev - Companhia de Bebidas das Américas	ABV	NYSE
Ambev - Companhia de Bebidas das Américas	ABVC	NYSE
Banco Bradesco, S.A.	BBD	NYSE
Banco Santander (Brasil) S.A.	BSBR	NYSE
Brasil Telecom S.A.	BTM	NYSE
Brasil Telecom, S.A.	BTMCWI	NYSE
Braskem S.A.	BAK	NYSE
BRF-Brasil Foods S.A.	BRFS	NYSE
Companhia Brasileira de Distribuição	CBD	NYSE
Companhia de Saneamento Básico do Estado de SP-SABESP	SBS	NYSE
Companhia Energética de Minas Gerais - CEMIG	CIG	NYSE
Companhia Energética de Minas Gerais - CEMIG	CIGC	NYSE
Companhia Paranaense de Energia (COPEL)	ELP	NYSE
Companhia Siderúrgica Nacional	SID	NYSE
Cosan Limited	CZZ	NYSE
CPFL Energia S.A.	CPL	NYSE
Embraer - Empresa Brasileira de Aeronáutica	ERJ	NYSE
Fibria Celulose S.A.	FBR	NYSE
Gafisa S.A.	GFA	NYSE
Gerdau S.A.	GGB	NYSE
GOL Linhas Aéreas Inteligentes S.A.	GOL	NYSE
Itaú Unibanco Holding S.A.	ITUB	NYSE
Petrobras - Petróleo Brasileiro S.A.	PBR	NYSE
Petrobras - Petróleo Brasileiro S.A.	PBRA	NYSE
TAM S.A.	TAM	NYSE
Tele Norte Leste Participações S.A.	TNE	NYSE
Telecomunicações de São Paulo S/A-Telesp	TSP	NYSE
Telecomunicações Brasileiras S.A.-Telebrás	TBH	NYSE
Tim Participações S.A.	TSU	NYSE
Ultrapar Participações S.A.	UGP	NYSE
Vale S.A.	VALE	NYSE
Vale S.A.	VALE.P	NYSE
Vivo Participações S.A.	VIVO	NYSE

Fonte: NYSE (2010).

ANEXO C – Classificação setorial

BM&FBovespa – Empresas Listadas – Classificação Setorial			
Setor		Subsetor	Segmento
Bens Industriais	1.	Comércio	<u>Máquinas e Equipamentos</u> <u>Material de Transporte</u>
	2.	Equipamentos Elétricos	<u>Equipamentos Elétricos</u>
	3.	Máquinas e Equipamentos	<u>Armas e Munições</u> <u>Máq. e Equip. Construção e Agrícolas</u> <u>Máq. e Equip. Hospitalares</u> <u>Máq. e Equip. Industriais</u> <u>Motores, Compressores e Outros</u>
	4.	Material de Transporte	<u>Material Aeronáutico</u> <u>Material Ferroviário</u> <u>Material Rodoviário</u>
	5.	Serviços	<u>Serviços Diversos</u>
Construção e Transporte	6.	Construção e Engenharia	<u>Construção Civil</u> <u>Construção Pesada</u> <u>Engenharia Consultiva</u> <u>Intermediação Imobiliária</u> <u>Materiais de Construção</u> <u>Serviços Diversos</u>
	7.	Transporte	<u>Exploração de Rodovias</u> <u>Serviços de Apoio e Armazenagem</u> <u>Transporte Aéreo</u> <u>Transporte Ferroviário</u> <u>Transporte Hidroviário</u> <u>Transporte Rodoviário</u>
Consumo Cíclico	8.	Comércio	<u>Eletrodomésticos</u> <u>Livrarias e Papelarias</u> <u>Produtos Diversos</u> <u>Tecidos, Vestuário e Calçados</u>
	9.	Diversos	<u>Aluguel de carros</u> <u>Programas de Fidelização</u> <u>Serviços Educacionais</u>
	10.	Hotéis e Restaurantes	<u>Hotelaria</u>
	11.	Lazer	<u>Atividades Esportivas</u> <u>Bicicletas</u> <u>Brinquedos e Jogos</u> <u>Parques de Diversão</u> <u>Produção de Eventos e Shows</u>
	12.	Mídia	<u>Jornais, Livros e Revistas</u> <u>Publicidade e Propaganda</u> <u>Televisão por Assinatura</u>
	13.	Tecidos, Vestuário e Calçados	<u>Acessórios</u> <u>Calçados</u> <u>Couro</u> <u>Fios e Tecidos</u> <u>Vestuário</u>
	14.	Utilidades Domésticas	<u>Eletrodomésticos</u> <u>Utensílios Domésticos</u>

Consumo não Cíclico	15	Agropecuária	<u>Agricultura</u>
	16	Alimentos Processados	<u>Açúcar e Álcool</u> <u>Alimentos Diversos</u> <u>Café</u> <u>Carnes e Derivados</u> <u>Grãos e Derivados</u> <u>Laticínios</u>
	17	Bebidas	<u>Cervejas e Refrigerantes</u>
	18	Comércio e Distribuição	<u>Alimentos</u> <u>Medicamentos</u>
	19	Diversos	<u>Produtos Diversos</u>
	20	Fumo	<u>Cigarros e Fumo</u>
	21	Produtos de Uso Pessoal e de Limpeza	<u>Produtos de Limpeza</u> <u>Produtos de Uso Pessoal</u>
	22	Saúde	<u>Medicamentos e Outros Produtos</u> <u>Serv.Méd.Hospit..Análises e Diagnósticos</u>
Financeiro e Outros	23	Exploração de Imóveis	<u>Exploração de Imóveis</u>
	24	Holdings Diversificadas	<u>Holdings Diversificadas</u>
	25	Intermediários Financeiros	<u>Bancos</u> <u>Outros Intermediários Financeiros</u> <u>Soc. Arrendamento Mercantil</u> <u>Soc. Crédito e Financiamento</u>
	26	Outros	<u>Outros</u>
	27	Previdência e Seguros	<u>Seguradoras</u>
	28	Securitizadoras de Recebíveis	<u>Securitizadoras de Recebíveis</u>
	29	Serviços Financeiros Diversos	<u>Gestão de Recursos e Investimentos</u> <u>Serviços Financeiros Diversos</u>
Materiais Básicos	30	Embalagens	<u>Embalagens</u>
	31	Madeira e Papel	<u>Madeira</u> <u>Papel e Celulose</u>
	32	Materiais Diversos	<u>Materiais Diversos</u>
	33	Mineração	<u>Minerais Metálicos</u>
	34	Químicos	<u>Fertilizantes e Defensivos</u> <u>Petroquímicos</u> <u>Químicos Diversos</u>
	35	Siderurgia e Metalurgia	<u>Artefatos de Cobre</u> <u>Artefatos de Ferro e Aço</u> <u>Siderurgia</u>
Petróleo, Gás e Biocombustíveis	36	Petróleo, Gás e Biocombustíveis	<u>Exploração e/ou Refino</u> <u>Máquinas e Equipamentos</u>
Tecnologia da Informação	37	Computadores e Equipamentos	<u>Computadores e Equipamentos</u>
	38	Programas e Serviços	<u>Programas e Serviços</u>
Telecomunicações	39	Telefonia Fixa	<u>Telefonia Fixa</u>
	40	Telefonia Móvel	<u>Telefonia móvel</u>
Utilidade Pública	41	Água e Saneamento	<u>Água e Saneamento</u>
	42	Energia Elétrica	<u>Energia Elétrica</u>
	43	Gás	<u>Gás</u>

Fonte: BM&FBovespa (2010a).