

ECONOMIA

ANUÁRIO DA

PORTUGUESA

15,00 €

2027



7	Alerta amarelo	António Ramos Gomes
9	Um mundo diferente	Francisco Melro
21	A China e o <i>decoupling</i> americano e o <i>de-risking</i> europeu	Fernanda Ilhéu
30	Os caminhos não confluentes da União Europeia	Alice Cunha
33	O ensino superior e o desenvolvimento	José Ferreira Gomes
37	A inovação no centro da Estratégia Portugal 2030	Gloria Rebelo
42	Que Portugal queremos ter em 2030?	Francisco Jaime Quesado
48	A ideologia das “contas certas”	João César das Neves
51	Impostos, <i>quo vadis?</i>	Fernando Teixeira dos Santos
60	Da necessidade de um novo modelo de governação para a saúde	Constantino Sakellarides
63	Um ano, duas transformações e três desafios no setor da saúde	Pedro Pita Barros
68	A banca portuguesa nas duas primeiras décadas do euro	Jorge Barros Luís e Nuno Cassola
77	Alguns desafios críticos do setor segurador num contexto económico singular	José Galamba de Oliveira
82	O futuro está a passar por aqui	Steven Braekveldt
85	Regulação dos mercados digitais	João Confraria
89	Criptomoedas e o novo paradigma DeFi global	Renato Andrade
94	Os elétricos já não são (só) o futuro	Miguel Carvalho e Branco
100	O valor da água	Licínio Prata Pina
104	Ética empresarial: tipologia de códigos	Jorge Rodrigues

REMODELAÇÃO E EXPANSÃO DO

ANUÁRIO DA ECONOMIA PORTUGUESA

A edição de 2023 do **ANUÁRIO DA ECONOMIA PORTUGUESA**, em distribuição nacional nas versões em digital e em papel, constitui o primeiro número de uma remodelação que se impunha.

Assim, o volume de 2024 – que em breve começará a ser preparado – mantendo o mesmo Conselho Editorial e alguns dos melhores analistas portugueses no domínio da economia, do desenvolvimento e dos assuntos sociais, incluirá ajustamentos em termos de novos colunistas e aumento de tiragem.

Enfim, a reestruturação ora iniciada manter-se-á fiel ao lema da primeira hora: o **ANUÁRIO DA ECONOMIA PORTUGUESA** é “uma obra elaborada pelos principais especialistas nacionais, distribuída em Portugal e no estrangeiro”.

Ética empresarial: tipologia de códigos

A elaboração de múltiplos tipos de códigos relacionados com a ética empresarial, se por um lado permitem a flexibilidade e a utilidade geral para respeitar as obrigações das organizações, por outro lado podem ser fonte de confusão conceptual e terem o efeito contrário ao pretendido.

As organizações, sejam de que tipos forem, agem em conformidade com os códigos por si adoptados, limitando as suas responsabilidades em casos de acidentes, para construir e partilhar a sua cultura empresarial, proteger a sua reputação institucional, melhorar o comportamento dos seus colaboradores e a sua responsabilidade social. Sabe-se também que o conceito de ética não é entendido nem utilizado de forma uniforme em todos os contextos, sendo por isto que a experiência dos indivíduos, como a precaução e a prudência na gestão dos negócios, já era reconhecida por Cícero, no ano 44 a.C. (Cícero, s.d.), quando no capítulo sexto do discurso *Da velhice e da amizade*, colocou a personagem Catão a refutar a hipótese de a velhice afastar os cidadãos dos negócios, ao argumentar que o governo das famílias e dos Estados reclama a prudência da velhice, e os bons conselhos, pertencem, somente, à idade madura. Sob este prisma, são várias as organizações internacionais que optam por reformular o seu conceito de ética nos negócios, denominando-o como integridade, boas práticas, conduta ética, conduta responsável ou outros termos. E todos eles são de aceitar!

Assim, nesta reflexão, recorrendo ao empréstimo de alguns conceitos originários da contabilidade finan-

ceira, o qual nos proporciona a fotografia de uma organização por referência a uma determinada data – o balanço financeiro – estabelece-se uma analogia entre este e uma sequência dos diferentes tipos de códigos independentes, para um diálogo mais fácil entre todas as partes interessadas nos negócios.

Assim, assume-se que a ética organizacional surge para responder aos dilemas éticos, ou seja, a situações, problemas ou oportunidades em que os decisores tenham de escolher entre diferentes acções que devam ser avaliadas como certas ou erradas. A ética, então, será o conjunto dos valores que definem o que quero, posso e devo fazer! Porque nem tudo o que eu quero eu posso fazer; nem tudo o que eu posso eu devo fazer; e nem tudo o que eu devo eu quero fazer.

Neste texto propõe-se a tipologia de *código de ética*, *código de conduta*, *código de boas práticas* e *código deontológico*.

O *código de ética*, na sua acepção pura, é constituído por um conjunto de regras que estabelecem os objectivos globais éticos que a organização se propõe promover e difundir, quer no seu seio quer no relacionamento com todas as partes interessadas internas e externas. Por isso, constitui um sistema de valores e atitudes que podem ser assimilados aos princípios contabilísticos geralmente aceites, devido a emergirem de uma moral e respectivos princípios éticos, numa sociedade concreta, em determinado momento temporal. Terão repercussão nas actividades de toda a organização, podendo dar corpo à solidariedade orgânica de Durkheim, a qual se refere à interdependência mútua entre as pessoas, pelo reconhecimento da importância da contribuição das actividades dos outros para a nossa actividade. Preocupa-se com a organização no seu todo.



O *código de conduta* tem como fonte primária o código de ética da organização, complementando-o. Consiste num conjunto de especificações de comportamentos (conduta ou acção sobre algo) que a organização pretende que sejam seguidos pelos seus colaboradores, com a finalidade de atingir os objectivos globais éticos da mesma, sendo a ponte entre a ética e as actividades da organização. Constitui, por assim dizer, o conjunto de direitos – o activo – e relevam o património de reputação que a organização goza na sociedade, fazendo apelo ao trabalho em equipa. É a qualidade deste recurso (reputação) que lhe permite obter da sociedade a “licença para operar”, tão cara ao campo da responsabilidade social das organizações. Assim, cada organização tem o seu código de conduta, emitido pelo órgão de gestão de topo (em geral, o conselho de administração), que define as normas sociais, os regulamentos e as responsabilidades.

O *código de boas práticas*, na sua essência, ao pugnar pela eficiência das operações, é o ponto de encontro da gestão com a ética, detendo uma responsabilidade de passivo de longo prazo e de capital próprio da organização. É o saber fazer, o qual corresponde a um conjunto de práticas resultantes de uma longa aprendizagem – o conhecimento –, detido por um individuo ou conjunto de individuos no seio de uma organização específica. Tem por base o facto de as práticas a implementar, em parte, dependerem do incremento da inovação e da evolução das tecnologias, as quais não estão sob o controlo directo da organização; por outro lado, as boas práticas também dependem da intenção e do querer de implementação pela própria organização.

O *código deontológico* é um conjunto de normas, comportamentos e obrigações que pautam a actua-



A ética será o conjunto dos valores que definem o que quero, posso e devo fazer!

Porque nem tudo o que eu quero
eu posso fazer;
nem tudo o que eu posso
eu devo fazer;
e nem tudo o que eu devo
eu quero fazer.

ção de um profissional na sua prática diária, devendo cada profissão ter o seu. Este orienta a actuação dos profissionais por forma a defender os interesses da comunidade, salvaguardar o profissional e honrar a profissão. Em situações de conflito de interesses ou situações eticamente ambíguas, o código deontológico pode fornecer a orientação necessária à resolução dos problemas, de forma eticamente correcta, pois a deontologia não pode ser um conjunto de comportamentos estereotipados e de repetição mecânica. É emitido pelas associações de profissionais, com poderes para, no seio da classe profissional respectiva, zelarem pelo cumprimento escrupuloso dos direitos dos credores, pelo que poderão ser assimilados ao capital alheio da organização. Ao serem emitidos por uma entidade independente, quer da organização quer dos credores, desempenham uma função de árbitro entre aquelas duas entidades.

Independentemente do tipo de códigos perfilhado a eficácia dos mesmos deverá ser:

- a) Completa, devendo abordar as questões às quais as partes interessadas esperam que a organização dê resposta, aconselhando sobre os deveres com os quais os colaboradores são confrontados;

- b) Justificável, do ponto de vista moral, para poder resistir a um exame moral e estar de acordo com a legislação e a regulamentação nacional ou internacional, com os códigos geralmente aceites pelas organizações, associações e sectores profissionais;
- c) Autêntico, devendo ser concebido sobre medida para respeitar os valores da organização e reflectir a sua identidade;
- d) Executável, para que seja possível implementá-lo com os meios disponíveis, sendo maiores os seus ganhos que os seus custos.

Em matéria de ética empresarial não existem certas absolutas, pelo que esta reflexão é apenas um contributo para aproximar esta temática às organizações, procurando contribuir para uma maior eficiência e eficácia das mesmas. ✘