

FACULDADE DOCTUM DE ADMINISTRAÇÃO DA SERRA

ELVIS FRED SENA DE SOUZA

RAFAEL DE CASTRO

ÉTICA: COMPORTAMENTO ÉTICO DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES

**SERRA
2016**

**ELVIS FRED SENA DE SOUZA
RAFAEL DE CASTRO**

ÉTICA: COMPORTAMENTO ÉTICO DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Faculdade Doctum da Serra como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador: Professor Bruno Miguel Da Silva

**SERRA
2016**

ELVIS FRED SENA DE SOUZA
RAFAEL DE CASTRO

ÉTICA: COMPORTAMENTO ÉTICO DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES

Artigo Científico apresentado à Faculdade Doctum de Administração da Serra como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração

Aprovada em 12 de Dezembro de 2016.


COMISSÃO EXAMINADORA:



Prof. Esp.: BRUNO MIGUEL DA SILVA
(Faculdade Doctum de Administração da Serra)



Prof. Esp.: SEBASTIÃO LUIZ DE MORAES
(Faculdade Doctum de Administração da Serra)



Prof. Me.: ANGELO ROBERTO FIORI CUSTODIO
(Faculdade Doctum de Administração da Serra)

ÉTICA: Comportamento ético dentro das organizações¹

SOUZA, Elvis Fred Sena; CASTRO, Rafael de²

RESUMO

Vivemos em uma sociedade muito acelerada e complexa, onde vemos os valores morais e éticos sendo perdidos, nesse trabalho vamos falar acerca da ética propriamente dita, mas com ênfase maior ao comportamento ético dentro das organizações. A ética empresarial constitui um conjunto de princípios e padrões morais que orientam o comportamento no mundo dos negócios. Já a responsabilidade social é a obrigação que a empresa assume para maximizar os efeitos positivos e minimizar os negativos que ela produz sobre a sociedade. A ética empresarial, também diz respeito aos princípios morais e as regras que orientam as tomadas de decisão dentro da organização. A ética estuda também cada situação e define alternativas de acordo com um conjunto de cultura que permanece as mesmas quaisquer que sejam as normas, regras ou outros padrões legais Tagliapietra, Santana, Deparis (2004). Este artigo foi desenvolvido por meio de revisão bibliográfica, tem como objetivo mostrar a ética como ferramenta valiosa para uso dentro e fora das organizações, tornando-se cada vez mais aplicável para a imagem positiva da empresa.

Palavras-chave: Ética, Moral, Negócios, Responsabilidade.

1 INTRODUÇÃO

O senso comum propala que há poucos inocentes nas sociedades contemporâneas. Acresce, de forma provocadora, que as honrosas exceções, tão merecedoras de admiração, confirmam a regra de que “todo mundo tem um preço” SROUR (2003, p.9).

Observamos a necessidade de envolver toda a sociedade na busca pela ética, mas de acordo com Weil (2002), do mesmo modo em que a grande maioria das pessoas estão seguindo o correto eticamente falando, a maior parte delas transgredem os mesmos valores éticos que acreditam até mesmo consciente de que estão indo

¹ O presente texto corresponde ao trabalho de conclusão de curso de administração e foi produzido como requisito parcial para obtenção do título de bacharel.

² Alunos do curso de administração da faculdade Doctum de administração da serra turma 2013/1, E-mails dos autores: elvisfred78@gmail.com; rafaeldc88@hotmail.com.

contra certos valores morais. O mesmo autor suscita a seguinte questão: que isto nos mostra que pelo menos essa forma de ética não é suficientemente forte e carece de poder para levar as pessoas a um comportamento ético verdadeiramente autêntico. O individualismo, a busca do sucesso pessoal, a necessidade de levar vantagem em tudo, em detrimento do bem coletivo é quase sempre o que induz as pessoas a se desviarem. O fato de alguém se portar de forma ética hoje em dia tem virado motivo de injúria, ou seja, ser ética virou sinônimo de arcaísmo, é preciso resgatar esse princípio e valor precioso não só para as empresas, mas para sociedade como todo.

2 ÉTICA

A finalidade do estudo da ética seria definir, de acordo com as características de tempo e espaço de cada época, as formas de agir corretamente em sociedade. Segundo Srour,(2003, p.15).

(VAZQUES 1999, P. 24) afirma que:

[...] Ética vem do grego Ethos, que significa analogicamente modo de ser ou caráter enquanto forma de vida também adquirida ou conquistada pelo homem. Assim, portanto, originalmente, ethos e mos caráter e costume, assentam-se no modo de comportamento que não corresponde a uma disposição natural, mas é adquirido ou conquistado por hábito.

Existem várias definições para a terminologia ética. Segundo autor Lucio (1998, p .32) ética é o conjunto de regras, princípios, ou maneiras de pensar que orientam ou pretendem certas autoridades para orientar – as ações de um grupo particular.

Entretanto, para Arruda, Whitaker e Ramos (2001, p. 42) a ética é a parte da filosofia que estuda a moralidade dos atos humanos enquanto livres e ordenados ao seu fim último.

O autor Moreira (1999, p.21) declara que, a ética é o estudo das avaliações do ser humano em relação a sua conduta ou as dos outros.

Ética é a ciência do comportamento moral dos homens em sociedade, pode-se dizer que é uma ciência pois possui métodos próprios. De modo que quando falamos em ética fazemos referência ou semelhança a moral, porém a moral está ligada ao

comportamento humano, enquanto a ética tem a moral como seu objeto. A moral vem da palavra romana mores, tem o sentido de costumes, como comentamos acima o objeto da ética é a moralidade positiva, ou seja, “conjunto de ações e coisas que são praticadas ou cultivadas pelo o homem que resultem em valorizar o bem”. Sendo a ética a ciência dos costumes, procura extrair dos fatos morais ações a ela aplicada, podendo criar normas, não na intenção coerciva do sentido, mais sim para revelar valores e princípios a serem estabelecido e seguidos. A ética pode nortear uma sociedade, por meios de seus princípios é possuir manter ordem, organização, valorização e bom senso, adquirir respeito pois ela desenvolve a aprimora o sentido moral influenciando a conduta. (NALINI ,1999).

3 MORAL E ÉTICA

Segundo Kraft (apud LEISINGER, 2001), para a grande maioria a moral e ética podem se confundir e ser até mesmo sinônimos, mas sabemos que é um pouco diferente disso, digamos que a ética fica entendido como a ciência e rege os parâmetros para medir e dizer como devem ser os comportamentos utilizando as referências e comparando como pessoas boas ou má, por outro lado a moral é a parte prática da ética, são de fato as atitudes realizadas é expreso um valor e uma desvalorização. A moral orienta-se por valores, porém para realizar a moral não é suficiente emitir juízo de valor a respeito de uma determinada ação, pois o que caracteriza essencialmente a moral, é que ela pretende intervir orientando e mostrando a direção, antes que uma determinada ação seja concretizada. A moral, portanto, é constituída por valores e normas, esta já pressupõe os valores, o que as normas exigem é que sejam realizadas, no entanto, só funciona enquanto e na medida em que se apresentam como evidência para o indivíduo.

A moral empresarial é o conjunto daqueles valores e normas que, dentro de uma empresa, são reconhecidos como vinculados a ética empresarial, por outro lado, reflete sobre as normas e valores efetivamente dominantes em uma empresa, interroga-a pelos fatores qualitativos que fazem com que determinada situação seja um agir bom. Para uma empresa valem as mesmas metas primárias utilizadas para as pessoas individuais: a sua existência, a de sua liberdade de ação e a de sua solidariedade, entendida no sentido de cooperação. Por isso, a ética empresarial,

em todos os casos, só pode refletir-se naquela classe de ações e medidas que podem ser harmonizadas com garantia de existência da empresa no mercado, ou que a põem em risco.

A empresa precisa de liberdade de ação, pois do contrário fica privada de toda iniciativa, e com isso, de todo o progresso econômico. A empresa também, deve cooperar e manter-se solidária com as pessoas, isto é, além do próprio interesse, ela deve buscar também o bem comum. O mundo dos negócios reconhece que sua responsabilidade não envolve unicamente os eventuais resultados financeiros da empresa. Muitas empresas individuais, mas também institucionais e conservadoras, apontam para a ligação entre as atividades empresariais e a sociedade, bem como para a necessidade de considerar as responsabilidades econômicas, sociais e ecológicas (LEISINGER, 2001).

Existe hoje um consenso de que todos os agentes sociais, inclusive as empresas, tem o dever de prestar contribuição, na medida do possível, para que cada um alcance um desenvolvimento duradouro. Para isso, as condições econômicas, sociais e ecológicas, não devem ser vistas isoladamente, e muito menos ser lançadas uns contras às outras. A ética empresarial, e as exigências derivadas delas mesmas, não põem em risco a tarefa econômica fundamental das empresas.

3.1. Aprendizado moral

Quando falamos em atividade empresarial atrelamos isso a um fator pertinente, a moral, que sua vez estabelecem e respeitam alguns princípios muito importante, um deles é a confiança, deve-se existir uma cumplicidade no envolvimento da função de ambas as partes, em uma inserção de leis por exemplo, as leis devem ser estabelecidas de forma a assegurar algo ou alguém de forma honesta, e da mesma forma a outra parte envolvida neste processo deve ser integro e agir de forma respeitosa.

“As empresas devem presar atitude justas e corretas, pois tais ações balizam seus processos e serviços no cumprimento do seu dever, de modo que serviram de norte para seus colaboradores em todos os sentidos tanto dentro como fora da empresa” (NASH, 2001, p.26).

4 ÉTICA E ADMINISTRAÇÃO

A gestão participativa dá a expressão à administração ética, ao valorizar o diálogo e o alinhamento na maneira de buscar o essencial, o bem comum. Partindo do pressuposto de fundamentação teórica, é fundamental captar as razões através das quais conflitam sobre ética na área de administração e negócios ficam em destaque. Esse não é um “fenômeno” exclusivo das empresas. A falta de capacidade de o modelo de produção capitalista dar respostas à rumores por ele criadas está no centro de toda discussão. Decorrente disso caberá trazer novas propostas que externam a necessidade de retomar as subjetividades dos indivíduos no interior das organizações. Outro aspecto, não menos importante no que se refere às organizações, está associado a realização da ética e a responsabilidade social das mesmas, que vigoram desde a criação de códigos de conduta até a preocupação com o meio ambiente. Nomenclaturas e definições podem ser mal interpretadas, precisam ser descritas e mostradas de forma clara e objetiva, sem distorções do que efetivamente se quer tratar (RAMOS, 1989).

4.1 Os princípios éticos nas organizações

O termo ética empresarial foi elaborado para definir parâmetros e identificar a ética nas empresas que por grande parte visam o lucro, que se originou também a ética nos negócios (HUMBERG. 2008,P. 91).

Essa preocupação com a ética e principalmente com a ética nas empresas não é de agora, em 1989 o Papa Leão XIII criou a chamada Encíclica Rerum Novarum, com o simples objetivo de implantar os princípios éticos dentro do relacionamento entre empregados e empregadores com intuito é claro de proteger os trabalhadores que eram na época se não até hoje a classe menos favorecida (RODRIGUEZ. 2003.p. 20-21).

Kant, citado por Moreira (1999, p. 21), propõe que o conceito ético seja extraído do fato de que cada um tem de se comportar de acordo com os princípios universais. Porque qualquer conduta aceita como padrões éticos deve valer para todos os que se encontram na mesma situação, sem exceções.

Quando uma empresa propõe atitudes éticas em seus processos, obtém melhores resultados e consegue gerar maiores reduções de custos, já se tratando de uma que não adere a postura ética, seus resultados são menores, no tocante da transparência, esta empresa não se contamina com atitudes ilícitas, de modo que poderá estabelecer um canal de confiabilidade entre seus colaboradores, sendo vista como espelho para cada um de seus empregados, com essa postura a empresa terá todo o direito de exigir o mesmo posicionamento de seus colaboradores, desse modo, podem cobrar-lhe maior lealdade e dedicação. O ato de emprestar seu trabalho a uma organização que age com ética constitui-se para o funcionário uma compensação de valor incalculável. Os procedimentos éticos facilitam e solidificam os laços de parceria empresarial, quer com os clientes, quer com os fornecedores, isso ocorre em função do respeito que um agente ético gera em seus parceiros (MOREIRA, 1999).

Para Leisinger e Schmitt (2002 p.22) “a ética empresarial reflete sobre as normas e valores efetivamente dominantes em uma empresa, interroga-se pelos fatores qualitativos que fazem com que determinado agir seja uma agir bom”.

Já Srour (2003) traduz a sua definição e explica por uma perspectiva mais didática e atual através da qual a ética empresarial ou a ética dos negócios significaria estudar e tornar inteligível a moral vigente nas empresas capitalistas contemporâneas e, em particular, a moral predominante nas empresas de uma nacionalidade específica. Diversas são as teorias acerca do estudo da ética empresarial, os autores apresentam pontos de vista que se assemelham em seu teor. Um aspecto interessante dentre os apresentados pelos autores é aquele que busca o estudo da ética empresarial através da análise real do cotidiano, ou seja, o que ocorre na prática dos agentes que lidam com a tomada de decisões dentro das organizações.

Hall (1984) diz que o objetivo de uma organização é cumprir os desejos e as necessidades da humanidade em troca de capital, por tanto o administrador deve perceber essas necessidades a fim de convencer também os funcionários e fazer com que eles desenvolvam essa capacidade, para ajudar a alcançar os objetivos é preciso preservar alguns valores, ser disponível para ajudar nas dificuldades dos outros, deixar que a liberdade seja percebida para dar espaço as ideias dentro da empresa, seguindo esse raciocínio nessa digamos nova fase da ética nas empresas,

é preciso ter qualidade no produto ou serviço, com honra nas atividades, mantendo sempre as boas relações internas e externas.

4.2 Ética e Moralidade no Mundo dos Negócios

Para Ferrel (2001), geralmente essas questões surgem devido a conflitos entre as filosofias morais pessoais ou a valores do indivíduo, valores e atitudes da organização em que eles trabalham e na sociedade em que vive. No mundo dos negócios, o que não falta são conflitos éticos. As atividades de uma empresa, para atingir seus objetivos nos negócios, podem colidir com o esforço de seus empregados para que alcancem seus próprios objetivos pessoais. As características do trabalho ou da função, da cultura da organização e da sociedade em que ela atua, podem criar problemas. Uma vez que eles sejam identificados, qualquer que seja o seu tipo, indivíduo e organização, tem que decidir como resolvê-los. Muitas dessas questões são solucionadas por meio de ações judiciais coletivas. O conhecimento das questões éticas frequentes no mundo dos negócios ajuda a identificá-los e resolvê-los quando necessário. As empresas só tomam decisões quando reconhecem que há um componente ético em um dado problema ou uma situação específica. Quando falamos em pontos de compreensão existem alguns pontos de atenção, é preciso entender que estas questões existem de fato, e precisam ser avaliados sejam elas certas ou erradas, ética ou antiética, buscar a melhor ação de verificação.

CALDWELL, citado por NASH (2001), destaca que, muita gente pensa que, se você é uma pessoa de negócios, deve automaticamente ser gananciosa e desonesta. Embora muitos administradores estejam comprometidos com altos padrões éticos, alguns não estão convencidos que a ética possa reconciliar-se com a economia, e encaram a moralidade como uma questão exclusiva de caráter pessoal. A questão da ética nos próximos anos será com certeza, a busca por um conjunto de premissas gerenciais que possam estimular a integridade pessoal e a resposta aos outros no mercado.

Para ser bem-sucedida, essa busca não pode permanecer isolada, embora muitos expressem a necessidade de padrões morais fortes, tem havido pouca harmonização entre administração e moralidade. A atividade de ganhar dinheiro sempre teve uma aliança desconfortável com o senso particular de moralidade das

pessoas, nos últimos dois séculos, o jornal tem publicado muitas coisas pouco lisonjeiras sobre a ética. Muitos executivos hoje, expressam um cinismo parecido com relação a moral na prática gerencial das empresas. Por diversas razões, que vão desde a eterna ganância e os modos administrativos, a moralidade, a ética e os negócios, são completamente contraditórios, mesmo aqueles que defendem a integridade, tendem a deixar a exploração dos dilemas éticos a cargo da consciência particular de cada gerente. Embora muitos líderes defendam a necessidade de altos padrões éticos, tem sido difícil descrever a dimensão moral da administração empresarial. Nesse sentido, é possível usar uma lista de valores para definir a integridade nos negócios, que são os seguintes: honestidade, confiabilidade, justiça e pragmatismo.

Essas quatro marcas da integridade nos negócios cobrem uma abundância de assuntos éticos. As três primeiras previnem a falsidade, o dano internacional, o favoritismo, o conflito de interesses e a recusa em assumir a responsabilidade pelos erros cometidos. A última evita todas as formas de crimes, ineficiência e desperdício e a má qualidade. Uma empresa que encobre a má qualidade não tem outra opção, a não ser mentir para o público e seus acionistas.

De acordo com Nash (2001), depois dos muitos desastres de ganância e desonra que marcaram o desempenho das empresas nos últimos anos, é fácil constatar que o clima ético nas empresas precisa melhorar, e é difícil saber o que exatamente provocará essa melhoria. Alguns problemas são mais facilmente tratáveis que outros, por exemplo, uma estratégia de qualidade é muito útil para questões de honestidade, exploração da ignorância e danos potenciais.

4.3 Por que a ética nos negócios?

Segundo Donaldson e Werhane (1996) A ética nos negócios é uma das maneira de resolver as contradições de forma moral, ou seja um dos propósitos da éticas talvez não seja unicamente ser mais ético, mas que por meio disso adquirimos capacidades de tomar a melhor decisão cabível no momento sem que causamos ainda mais contradições, conflitos ou efeitos colaterais negativos decorrentes da decisão, esse modelo de ética empresarial nos permite desenvolver e descobrir

métodos na aplicação de valores e normas para aceitação e compreensão das diferenças da sociedade.

Segundo Nash (2001) existem vários motivos para usarmos ou sermos ético no mundo dos negócios, como para evitar as metas gananciosas de querer cada vez mais o lucro e tomar decisões influenciado por cenários que podem afetar a organização negativamente ao longo prazo e os diferentes ponto de vista que temos para ser administradores e o modo de como pensamos ser a moral, podemos ter vários meios de se chegar a um resultado e temos que entender que essas decisões pode acarretar efeitos negativos ao longo prazo, devemos criar atitudes éticas intrinsecamente, para que sejam alcançados melhores imagens positivas das organizações, e aproveitar quando surge a oportunidade de ser ético, pois várias decisões dependem de quanto dinheiro se vale ser ético, a grande maioria ver a ética e a economia dois termos que se aplicados serão contraditórios ou distantes.

Mas qual a definição da ética, explicitamente, *Ética nos negócios?* (NASH, 2001, P 5) diz ainda que;

Ética nos negócios é o estudo da forma pelas quais normas morais se aplicam as atividades e os objetivos da empresa comercial. Não se trata de um padrão moral separado, mas de estudos de como o contexto de negócios cria seus problemas próprios e exclusivos a pessoa moral que atua como um gerente desse sistema.

Com a ética no mundo dos negócios vemos que a inserção da ética como elemento de vantagem competitiva remete a um alto grau de organização, que Robbins (2005) afirma ser “o arranjo sistemático de duas ou mais pessoas que cumprem papéis formais e compartilham um propósito comum.” O compartilhamento de propósitos significa possuir os mesmos objetivos, saber aonde se quer chegar e de que forma. Numa empresa que opera com princípios éticos, isto é, dividido entre agentes internos e externos, em outras palavras a empresa apresenta alguns elementos a ela inseridos, agentes internos e externos, colaboradores desde gerentes até os menos remunerados que por sua vez tem seus interesses dentro da organização, como ganhar bem, ter certa instabilidade no emprego, ser ferramenta para o aumento da lucratividade da empresa, buscando o bom relacionamento entre todos. No tocante à sociedade, os interesses residem basicamente nos produtos e serviços e na atuação socialmente responsável da empresa. Quando falamos em empresa e competitividade lembramos em sobrevivência, de modo que é impossível uma

empresa sobreviver sem lucro, ou seja, para manter uma empresa necessita gerar receita, logo surgem alguns conflitos nesse sentido, ser competitivo e ético, numa realidade capitalista, não se pode esquecer que a sobrevivência da empresa é determinada pela administração desta realidade.

5 ÉTICA PROFISSIONAL

“Ética profissional é a aplicação da ética geral no campo das atividades profissionais: a pessoa tem que estar imbuída de certos princípios ou valores próprios do ser humano para vivê-los nas suas atividades de trabalho”. (CAMARGO,1999, p31).

O senso comum propala que há poucos inocentes nas sociedades contemporâneas. Acresce, de forma provocadora, que as honrosas exceções, tão merecedoras de admiração, confirmam a regra de que “todo mundo tem um preço” (SROUR 2003 p9).

Para (Andrade, Alyrio, 2006) e Boas, (2006, p31):

A sociedade atual vive uma crise e frequentemente somos colocados diante de situações que denotam a diluição dos valores éticos. O destaque dado às discussões éticas em diversos setores da sociedade e na própria mídia de massa demonstra que existe uma preocupação social em transformar as relações humanas em algo mais saudável

6 CÓDIGO DE ÉTICA

Para Black (2004, p. 202) o código de conduta ou de ética é uma ótima ferramenta para guiar um comportamento correto, diz ainda que o objetivo e os valores que tem no código de conduta deverá ser compreendido por toda a empresa, caso seja de aceitação de todos isso facilitará a implantação de uma programação ética.

Segundo Chiavenato (2004) com a ética podemos influenciar positivamente as decisões a serem tomadas dentro da organização, e muita delas usam o código de ética para nortear e orientar a forma correta de se comportar dentro de suas dependências, e existem também algumas providencias para que seja fortalecido o uso do código de éticas na horas das decisões e comportamentos como por

exemplo, as organizações deve divulgar e deixar claro seu código de ética dentro e fora das organizações, outra forma é cobrar que seja obedecida esses padrões nos comportamentos de forma transparente nos negócios e que seja respeitados os seus valores fundamentais.

Instituto Ethos (2000) código de ética ou o que chamam de compromisso social é uma ferramenta usada na fabricação da missão e visão da organização, que regem parâmetros que ajudam na postura social e com todos aqueles com que se tem um relacionamento, o código de ética é um compromisso dos gestores com comprometimento são o que fundamentam e sustentam uma empresa socialmente responsável, a escolha e a oficialização dos comprometimentos éticos da organização é de extrema importância para que tenha consistência no seu relacionamento, o Instituto Ethos ainda nos diz que é preciso criar estratégias para a atualização constantes do código de ética e a garantia de participação de todos os envolvidos.

Segundo Humberg (2006), um ponto relevante que pode se considerar é que as normas éticas implantada na empresa sejam entendidas, e pelo mesmo motivo certificar-se de que deve ficar claro para todos envolvidos direta e indiretamente na organização, e é importante lembrar que existirão situações que surgirá dúvidas em relação aos termos legais implantados, que por algum motivo seja ela pela linguagem utilizada nas informações, por mudanças recentes, ou por regras que digamos que não estejam a vista, ainda por esse motivo é necessária realizar o acompanhamento e análise continua do código de conduta.

6.1 BENEFÍCIOS E DIFICULDADES DA ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES

Leisinger e Schmitt (2002, p. 184-187) diz que muitas das vantagens de ser optar por uma postura ética são tais como: estabilidade, motivação dos funcionários, redução de gastos, e valorização da liberdade da empresa, vantagens também na concorrência.

Para Aguilar (1996, p. 113) “ nenhum programa ético, por mais bem elaborado que seja, pode ter sucesso, se os indivíduos que participam não dão nenhum valor a preceitos éticos básicos.

Pfannemuller (2006) acredita e confirma que alguns dos prejuízos á empresas que tem contradição a ética, começando pela perda da credibilidade de seus clientes e funcionários, o compromisso da qualidade dos serviços e produtos, colaboradores desmotivados, perda de confiança de seus clientes, perda de investidores, protestos da comunidade ao redor, até mesmo a perda de incentivos governamentais.

Algumas dessas consequências causadas por empresas não éticas são ressaltados também por Srour (2003) a quebra da credibilidade em massa resulta da má reputação da empresa, numa forma sem retorno e impossível de se desfazer, literalmente um acontecimento trágico “ que pode assemelhar-se á trinca de um objeto de cristal, á perda da inocência de uma criança, ou a á traição de uma longa amizade” (Srour, 2003, p. 348). “Nos negócios, os impactos são arrasadores: vão do estigma ao boicote e á falência”.

Formentini e Oliveira (2007): “uma das razoes para promoverem a ética na ambiente empresarial, estão os altos gastos com escândalos nas empresas, que gera a falta de credibilidade, desconfiança consequentemente a má reputação, multas, desmotivação de funcionários entre vários outros”. As empresas devem se atentar as práticas ética, pois se torna muito mais caro não ser ética, e não somente implantar essa práticas com o interesse financeiro e sim acreditar e promover verdadeiramente uma postura ética e defina-la como compromisso.

Conforme dizem Arruda, Whitaker e Ramos (2003, p.60) “O comportamento ético contribui para uma visão onde a forma natural se desperta-se o desejo e iniciativas de contribuir para a empresas e as pessoas que nela se relacionam como consequência de sua percepção ética” . Dessa forma a empresa desenvolve uma marca positiva de seus produtos e serviços, contribui para um ambiente organizacional harmonioso motivando e estimulando seus colaboradores, reforça a fidelidade de seus clientes, abre e estimula novos investimentos e sustenta a sobrevivência e o lucro da organização.

Como reforça Aguilar (1996) uma empresa que possui postura ética pode desfrutar de vários benefícios que será um diferencial perante a concorrência, reforçando os laços com seus próprios funcionários, clientes, acionistas, e todos aqueles a quem se relacionam direta ou indiretamente, tudo isso por meio da escolha de ser ético, sendo o maior troféu a conquista da confiança e o respeito por todos os envolvidos.

Sendo assim é fácil a percepção de inúmeras vantagens por se adotar uma postura ética nas organizações, e a dura realidade das organizações que infligem essas posturas.

6.2 Reputação ética das organizações

Para ANDRADE (2010), em um mundo em que fazemos uso comum das tecnologias disponíveis, e em que todos nós somos vistos e monitorados constantemente, por câmeras, canetas ou celulares que possuem vários recursos avançados, é preciso que as empresas tenham cautela as sua atitudes e a de seus colaboradores, pois qualquer atitude inadequada de ambos pode facilmente resultar em uma crise, isso não significa que devemos esconder, até mesmo porque essa é uma ótima oportunidade de ser ético, ao invés de esconder as ações impróprias da empresa, mas sim de orientar ao funcionário fornecendo recurso para que realize suas atividades com parâmetros técnicos, moral e ético, dessa forma a empresa que toma sobre si essas atitudes, automaticamente ela estar construindo uma reputação idônea e seus valores vão ser espelhados em seu público, funcionários, fornecedores, acionistas e sociedade alcançando a almejada imagem positiva.

Para Nassar (2008, p.63) citado por ANDRADE (2010, p. 127):

A identidade caracteriza a personalidade da empresa. É constituída a partir de valores, histórico de atuação, desempenho no mercado, forma de atendimento, característica e qualidades dos produtos e/ou sérvios, assimilados pela própria organização. A identidade é formada por “um conjunto de símbolos, comportamentos e narrativas que a tomam única diante de seus públicos, redes de relacionamentos e sociedade”.

Segundo (ARGENTI, 2006) O que vemos não é nada mais do que é construída pelas nossas percepções que é adquirida ao longo do tempo, embora muita das vezes o que ocorre é a exibição de uma imagem fora da realidade, algo manipulado para mostrar o que o titular quer que seja visto, diferente da identidade que diz respeito o que a empresa ou indivíduo realmente é, embora as imagens varia muito dependendo de quem estar vendo. O ideal é que seja atribuída a imagem á identidade para que possa se feita as correções necessárias entre as diferenças, tornando-as idênticas, daí nasce à ideia que todos devemos saber os valores éticos para podermos regular as transgressões, e definirmos de fato o que é e o que não é ético com referencia nesses valores que deveríamos ter como conhecimentos,

muitas organizações tem como mais vantagem mostrar ser ético do que realmente ser.

6.3 Reputação e Imagem Corporativa

Segundo Taragano (2003); Em todo mundo existem estudiosos que estão dedicando para entender melhor o que diz respeito a reputação corporativa, não só isso mas também de alguma forma de desenvolver dispositivos capazes de medi-la para que talvez fossem capazes de controlar e gerencia-la e em meio a esse desenvolvimento surge as semelhanças entre imagem e identidade corporativa. Alguns deles dizem que a identidade corporativa esta relacionado ao que as pessoas com quem a empresa possui algum tipo de relacionamento dizem sobre a corporação, e que a imagem esta relacionada diretamente com a forma como a própria organização se apresenta para o seu público especialmente em propagandas ou marketing. Esses autores encontraram um ponto relativamente em comum quando se diz respeito a reputação e dizem ser algo maior e que ultrapassam o conceito de imagem e identidade, dizem ser algo mais completo e duradouro e que dentro dele se encaixam esses dois aspectos de imagem e identidades, para entendermos melhor o que isso significa esses estudiosos possuem uma seguinte interpretação de que uma imagem pode ser construído a partir da sequência de alguns comerciais, mas já a reputação para ser estabelecida positiva ou negativa, seria necessário vários anos.

(TARAGANO, 2003, p. 13) Diz ainda que;

O parecer acima nos leva a uma outra característica da reputação. É que ela está baseada na percepção de um conjunto variado de "observadores". Esses observadores influentes, que são sensíveis em relação à forma de agir de uma dada organização, podem ser tanto os seus acionistas, funcionários, clientes, fornecedores, comunidade, como a própria mídia e o governo. São públicos que podem possuir uma vinculação direta ou indireta com a organização e são também conhecidos como as "partes interessadas" ou os *stakeholders*, em inglês. Entende-se que *quanto maior a capacidade da organização de conhecer e atender às expectativas de suas partes interessadas*, maior seu grau de reputação. Nesse contexto, a organização passa a ser demandada num escopo mais amplo, o da sustentabilidade. Conceito este que contempla não só sua competência para gerar empregos e pagar impostos mas também sua capacidade de tentar harmonizar seu sucesso econômico com o equilíbrio social e com a qualidade ambiental, dentro de altos padrões éticos de atuação.

7 Metodologia

O presente trabalho foi desenvolvido e voltado para extrema importância da ética dentro das organizações foi desenvolvida a partir de revisão bibliográfica, onde são descritos vários assuntos relacionados a ética organizacional, para complementar foi realizado uma pesquisa de campo tendo como objeto de estudo uma empresa muito conceituado no cenário nacional, por meio desta pesquisa foi possível identificar várias lacunas existentes no que cerne a ética organizacional. Tal pesquisa trouxe uma conclusão muito consistente sobre o propósito do estudo aplicado, pois trata-se de um assunto pouco abordado em nossa sociedade, porém de suma importância, que precisa ser mais divulgado e abordado por empregados e empregadores.

8 ESTUDO DE CASO: Apresentação Da Empresa

A empresa pesquisada foi Fundada em 1989, é a maior produtora de soluções para armazenamento de água do Brasil. Líder em seu segmento e no mercado nacional se destaca pelo volume de vendas e faturamento, é especializada em produtos de polietileno e em fibra de vidro. Desenvolve também soluções em coberturas, como as telhas translúcidas que favorecem o uso de luz solar, auxiliando a redução do consumo de energia. Além de estar espalhada por todo o Brasil, no topo da maioria das casas, ela também está presente em outros países. Sempre com a filosofia baseada no comprometimento, atendimento ágil e garantia de qualidade. Seu controle de qualidade é muito eficiente e rigoroso, obedece a padrões internacionais de segurança e possui todas as certificações nacionais e internacionais emitidas pelos principais órgãos gestores de qualidade.

8.1 Visão Geral da Empresa

É uma empresa de produtos de plástico em geral localizada no Estado do Espírito Santo. Seus valores estão pautados no cristianismo, é conhecida como uma empresa cristã, de forma bem aplicada e praticante, se destaca também pelos projetos sociais que promove e participa, busca valorizar seus colaboradores e seus familiares com o passar dos anos vem se destacando no cenário nacional, sempre com inovações e novas tecnologias, isso faz desta empresa referência em seu seguimento.

9 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foi realizada uma pesquisa de alguns assuntos sobre o conhecimento da ética e suas aplicações levando em consideração o grau de importância e aplicabilidade para cada um e também outros assuntos relacionados dentro de uma empresa com um total de 100 colaboradores que responderam o questionário totalmente direcionado a nossa pesquisa, de modo que com os dados coletados após as pesquisas foi possível tirar algumas conclusões, fizemos a seguinte pergunta; O que você entende sobre ética? Levando em consideração as afirmações de alguns estudiosos da área ética citado anteriormente nesse artigo, tal como afirma o autor Lucio (1998, p.32): Existem várias definições para a terminologia ética, ética é o conjunto de regras, princípios, ou maneiras de pensar que orientam ou pretendem certas autoridades para orientar as ações de um grupo particular.

Cerca de 42% dos funcionários pesquisados responderam que ética é um conjunto de valores, com esses dados percebemos que grande parte dos trabalhadores da empresa conhece ou já ouviu falar de ética nem que seja ao menos superficialmente, e que 26% delas responderam que ética são diretrizes que orientam os indivíduos perante uma sociedade, com esse nível de resposta podemos perceber um entendimento melhor sobre o assunto pesquisado, por outro lado entendemos que a maioria das pessoas conhecem a ética seja superficialmente ou de um modo aprofundado e em que algum momento de suas vida vão ouvir falar sobre esse termo.

A grande maioria das pessoas pesquisadas tinham entre 30 e 40 anos de idade cerca de 42%, e sendo também pessoas entre 18 e 29 anos chegando a um percentual de 38%, acima de 41 até 50 anos chega aproximadamente 20%, foi constatado também que 20% das pessoas trabalham a mais de 5 anos na empresa, e o restante pesquisado tinha menos de 4 anos, indicando nos dados levantado através dessa pesquisa, que não necessariamente o colaborador com mais tempo de empresa irá conhecer melhor a ética dentro da empresa que trabalha, e demonstra como não tem tanta importância para os gestores transmitir aos colaboradores suas diretrizes ética.

Foram levantados também alguns dados sobre o setor de trabalho, e como esperado por se tratar de uma empresa do ramo industrial, cerca de 68% dos

colaboradores pesquisados são do setor operacional, foi perguntado qual era a influência da motivação ética?, 42% das pessoas responderam que a influência vem da religião, e 38% deles respondem quem vem da família, e 12% responderam outros, quando perguntamos se a chefia direta transmitia algum assunto sobre a ética dentro da empresa caem para surpreendentes 8% dos colaboradores, que afirmaram receber orientações sobre o assunto, esses dados são alarmantes para uma organização levando em consideração o retorno espelhado na aplicabilidade da ética nos setores organizacionais e a credibilidade alcançada por todos os envolvidos.

Após esses dados formulamos uma pergunta mais direta, perguntamos na pesquisa se a chefia explicava sobre a importância da ética dentro da empresa, mais da metade do colaboradores informaram nunca ou às vezes, isso ressalta que as empresa não valoriza a ética e nem a usa como ferramenta dentro da organização, isso se torna evidente quando formulamos uma pergunta sobre o código de conduta da empresa, os resultados foram de 82% dos colaboradores não conhecem o código de ética de sua empresa, esses dados são fatores preocupantes para uma organização, pois as decisões tomadas dentro das organizações sem uma base ética serão decisões provavelmente arruinadas além de ser uma decisão individual. Para enfatizar Andrade (2010) diz que: a conversa pressupõe uma iniciação, o interesse de cada de cada pessoa seja respeitado, para que os interesses de cada um individualmente também sejam levados em conta, além disso, podemos encontrar o equilíbrio entre o interesse individual e o coletivo na construção de uma organização mais humana, tratando dos nossos interesses e sempre lembrando também dos interesses dos outros.

Todos os dados acima nos mostram uma realidade bem peculiar refletida em nossa sociedade, parece um tabu ser ético visto que tem ser tornado motivo de injúria nos dias em que vivemos, quando falamos sobre ética é preciso manter uma postura firme e concreta, não podemos dizer que somos éticos dentro da empresa e na primeira oportunidade que aparece de se beneficiar e troca de atitude antiética tal conduta acontece, isso é abominável e precisa ser extinto seja dentro ou fora das organizações.

Para acrescentar ainda Ramalho e Alves Filho (2003) apresentaram um estudo de caso realizado em uma grande empresa do Rio grande do Norte, com o intuito de

identificar como os colaboradores dessa empresa entendiam e avaliam a ética, levando em consideração ética nos relacionamentos com clientes, empregados, fornecedores, acionistas e sociedade. Foi utilizada uma amostra não probabilística de 50 funcionários, que indicou respostas em comum, de 80 a 90%, entre os entrevistados que confirmaram os princípios éticos nos relacionamentos citados. Já quando se trata de relacionamento ético com os colaboradores, o índice caiu para 52%, vendo esses dados se chega a conclusão que a empresa precisa tratar com prioridade o investimento interno.

ANDRADE (2010) Reforça ainda que esses dados levantados confirmam a necessidade de que as organizações precisam e devem ser preocupar com a ética e todas as áreas por onde tenha relacionamento, de que adiantaria se mostrar ético para seus acionistas e não agir corretamente com seus fornecedores, ou até mesmo conquistar e impressionar seus clientes e não entender que seus colaboradores também precisam ser encantados, Além disso, as empresas tendem a classificar seus relacionamentos como se fosse uma listagem no qual em alguns relacionamentos devem ser tratados como prioridade e de forma idônea, já para outros nem tanto.

Andrade (2010) faz referências a Alonso, Castrucci e López (2006, p.203) Alertam para uma nova postura: “às vezes, A ética é considerada como um enfeite, ‘algo que fica bem’. Faz-se mister ultrapassar esta visão, colocando a ética no âmago da empresa”.

Andrade (2010) ainda fazendo referências a (CAMARGO, 206, P. 89):

Torna-se evidente que qualquer decisão afeta a organização como um todo, Exemplo de que a empresa não pode determinar um padrão ético aos seus funcionários e agir de forma diferenciada com seus clientes, é encontrado e atitude como não respeitar garantias dos serviços, vender produtos de que decorrem riscos á segurança, entre outras práticas. Então, a empresa necessita estar alinhada, em todos os seus setores, para que a ética seja uma realidade e não somente um discurso. A ética organizacional “ deve ser uma construção contínua realizada pelas as pessoas que a forma; ela aponta horizontes, rumos, ideias, metas, para que o ser humano seja cada vez mais humano mais gente, mais desenvolvido em todas as suas dimensões.

Leisenger; Schimitt (2002) Afirma que: As empresas devem trabalhar na busca para aderir as maneiras que tenha capacidade de promover um ambiente igual para que

agregue valor a cada colaborador ou qualquer um na qual a empresa tenha um relacionamento, incentivando o desenvolvimento de cada um com a criatividade e também para que possam aprimorar também suas atitudes ética em qualquer ação.

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo foi desenvolvido com o intuito de mostrar como é importante o uso das diretrizes éticas dentro de uma organização, e com a busca de assuntos que foram abordados nesse texto é fácil a percepção de que devemos optar por sermos éticos, essa opção nos leva por um caminho natural onde as consequências são positivas seja por meio da sociedade, clientes, fornecedores ou qualquer que seja o envolvido nesse processo, o resultado sempre será o desenvolvimento de uma imagem positiva, credibilidade e isso se transforma em uma vantagem competitiva, mas dito isso não devemos optar pela ética pelo fato de ser um bom negócio, e sim porque devemos ser.

O motivo maior de termos a ética nos negócios é de evitar que os interesses da empresa entrem em conflito com o interesse individual dos colaboradores, e conseguimos isso com uma ferramenta chamada código de ética, onde deixam de forma clara quais são as diretrizes da empresa, É interessante destacar o estudo de caso realizado e inserido nesse artigo os indícios de que o código de ética tem sido um utensílio para preencher e enfeitar prateleiras, visto que 42% dos entrevistados no estudo de caso sabiam superficialmente sobre o que é ética, porém 82% deles não conhecem o código de ética de sua empresa, isso nos mostra que conhecem de certo modo a ética mas por outro meio de informação que não seja a empresa, essa falta de percepção organizacional torna se potencialmente uma ameaça contribuindo com desavenças, corrupção, falta de compromisso, desrespeito, desmotivação e etc., isso sem falar das consequências como a imagem corporativa negativa das pessoas envolvidas em uma organização, e quanto pode custar isso ?, alguns autores dizem que pode comprometer até 40% de uma organização, outros que podem levar a falência, pode parecer exagero, mas fica fácil entender quando nos deparamos com os últimos acontecimentos e algumas atitudes das principais liderança do brasil, com mentiras e uma corrupção sem fim, que contribuiu praticamente para falência econômica do país, gerando instabilidades e falta de credibilidade e retrocesso no desenvolvimento e crescimento do país.

Com o mundo globalizado não só as organizações, mas também de tempo em tempo a sociedade vive uma crise e automaticamente nos deparamos com situações desafiadoras que destacam e testam os valores éticos e existe uma preocupação com a população posta a desafios extremos onde tudo indica e influencia para a corrupção da ética, a consequência disso é a desvalorização do ser humano (ANDRADE ALYRIO e BOAS, 2006).

Observamos a necessidade de envolver toda a sociedade na busca pela ética, mas de acordo com Weil (2002), do mesmo modo em que a grande maioria das pessoas estão seguindo o correto eticamente falando, a maior parte delas transgridem os mesmos valores éticos que acreditam até mesmo consciente de que estão indo contra certos valores morais. O mesmo autor suscita a seguinte questão: que isto nos mostra que pelo menos essa forma de ética não é suficientemente forte e carece de poder para levar as pessoas a um comportamento ético verdadeiramente autêntico. O individualismo, a busca do sucesso pessoal, a necessidade de levar vantagem em tudo, em detrimento do bem coletivo é quase sempre o que induz as pessoas a se desviarem. O fato de alguém se portar de forma ética hoje em dia tem virado motivo de injúria, ou seja, ser ética virou sinônimo de arcaísmo, tudo isso por conta de uma sociedade egoísta, desonesta e desumana, vale reiterar sempre que mesmo em meio a uma sociedade hipócrita e sem valores morais e éticos temos que manter sempre nossa postura íntegra e reta, o presente estudo nos encoraja pra isso lembrando sempre que é preciso resgatar esse princípio e valor precioso não só para as empresas, mas para sociedade como todo.

Nesse artigo podemos concluir que a ética não tem quase nenhuma importância para as organizações, e com um simples estudo de caso de uma empresa da Serra isso ficou claro, e isso nos levar a parar pra pensar porque as empresas não dão o valor que deveria para a ética?, Alguns estudiosos afirmam que é muito difícil conciliar a ética com os negócios, Afinal para que as empresas fariam diretrizes e padrões éticos no qual ela mesma não seguiria cumprir, nesse caso valeria mais mostrar ser uma empresa ética do que realmente ser. Uma das conclusões que consideramos destacar foi que o código de ética ou condigo de conduta é uma ferramenta tão simples levando em consideração o retorno que podemos ter que a maioria dos gestores não se deu conta dessa grande sacada, contudo podemos constatar que a ética possui um assunto extenso e muito amplo com várias

ramificações e ideologias, devido a vasta informação e probabilidade, para termos uma conclusão mais assertiva e consistente para um definição homogênea, ainda sugerimos a busca por novos estudos.

REFERÊNCIAS

ARGENTI, Paul P . **Comunicação empresarial:** a construção da identidade, imagem e reputação. Tradução de Adriane Rieche. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ANDRADE, Zilda Aparecida Freitas de. **Gestão Ética nas Organizações:** Possibilidades aos profissionais de relações públicas e comunicação organizacional / Zilda Aparecida Freitas de Andrade. Londrina, 2010.

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; ALYRIO, Rovigati Danilo; BOAS, Ana Alice Vilas. **Cultura e Ética na negociação Internacional.** São Paulo: Atlas, 2006.

AGUILAR, Francis J. **A ética nas empresas:** maximizando resultados através de uma conduta ética nos negócios. Rio de Janeiro; Jorge Zahar, 1996.

ARRUDA, C. C. WHITETAKER, M. C. RAMOS, J. M. R. **fundamentos de Ética Empresarial e Econômica.** São Paulo: Atlas, 2001.

ASHLEY, P. A. **Ética e Responsabilidade Social nas Organizações.** São Paulo: Saraiva, 2002.

BLACK, Sam. **ABC de las relaciones publicas.** Barcelona: Gestion 2000, 2004.

CAMARGO, Marculino. **Fundamentos de ética geral e profissional.** Petrópolis: Vozes, 1999.

CANIVEZ, Patrice. **Educar o cidadão?** São Paulo: Papyrus, 1991.

CHAUÍ, Marilena. Brasil. **Mito fundador e sociedade autoritária.** São Paulo: 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de empresas:** uma abordagem contingencial. São Paulo: Mc Graw-Hill, 1982.

FERREI, O. C. **Ética Empresarial:** dilema, tomada de decisão e casos. Rio de Janeiro: Reichman e Affonso, 2001.

CAMARGO, Marculino. **Fundamentos de ética geral e profissional.** Petrópolis: Vozes, 1999.

CHAUÍ, Marilena. Brasil. **Mito fundador e sociedade autoritária.** São Paulo: 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de empresas:** uma abordagem contingencial. São Paulo: Mc Graw-Hill, 1982.

DONALDSON, T., WERHANE, P. Ethical issues in business. New Jersey: Prentice-Hall, 1996.

FERREI, O. C. **Ética Empresarial**: dilema, tomada de decisão e casos. Rio de Janeiro: Reichman e Affonso, 2001.

FORMENTINI, Marcia; OLIVEIRA, Tiago Mainieri de. **Ética e responsabilidade social**: repensando a comunicação empresarial. Disponível em:<http://purcs.br/famecos/geacor/texto8.html>. Acesso em: 7 outubro 2016.

HALL, R. H. **Organização: estrutura e processos**. 3 ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1984.

HABERMAS, Jurgen. **A ética da discussão e a questão da verdade**. São Paulo: Martins Fontes, 2004. em: www.interfaceempresarial.com.br/noticias/dica100.htm. Acesso em 07 outubro 2016.

LEISINGER, K. M. **Ética empresarial**: responsabilidade global e gerenciamento moderno. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

ROBBINS, ESTEPHEN. **Administração**: mudanças e perspectivas, São Paulo. Editora, 2005. Saraiva.

LEISINGER, Klaus M; SCHMITT, Karin. **Ética empresarial; responsabilidade global e gerenciamento moderno**. Trad. Carlos Almeida Pereira. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

LÚCIO, C. F. **Tópicos em Administração – Ética Empresarial**. Campinas-SP: Alinea, 1998.

MATTAR NETO, J. A. **A Filosofia e ética na administração**. São Paulo: Saraiva, 2004.

MOREIRA, J. M. A. **Ética Empresarial no Brasil**. São Paulo: Pioneira, 1999.

NASH, L. L. **Ética nas Empresas**: guia prático para soluções de problemas éticos nas empresas. São Paulo: Makron Books, 2001.

OLIVEIRA, M. K. **Vygotsky**: aprendizado e desenvolvimento um processo sócio histórico. 3. ed. São Paulo: Scipione, 1997.

PFFANNEMULLER, Cinthia Moreira. **A inserção de princípios éticos na gestão empresarial**. 2006. Dissertação (mestrado) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2006.

SOUSA, José Vieira de. A identidade do sujeito social, ético e político e o projeto pedagógico da escola. In: VEIGA, Ilma Passos Alencastro e FONSECA, Marília. **As dimensões do projeto político-pedagógico**: novos desafios para a escola, 6ª ed (Orgs.) Campinas/SP: Papyrus, 2007, p. 215-237.

SROUR, Robert Henry. **Ética empresarial: A gestão da reputação**. 2. ed. rev. E atual. Rio de Janeiro: Elsevier. 2003.

TAGLIAPIETRA, SANTANA, DEPARIS. **O comportamento ético e a responsabilidade social das organizações: fatores indispensáveis na nova economia**. Artigo, Paraná, 2004

REZENDE, CASTRO, **Ética na Empresa: o Indivíduo e Suas Relações no Trabalho**. Artigo.

RODRIGUEZ, Ricardo Vélez. **Ética empresarial**: conceitos fundamentais. Londrina: Humanidades, 2003.

TARAGANO, Rogéria, Psicóloga Organizacional, Mestre em Administração pela Carnegie Mellon University-EUA e Diretora da Gecko SocioAmbiental (www.gecko.com.br), empresa que idealizou no Brasil o **GR® Grau de Reputação**, instrumento que avalia a reputação corporativa, 2003. Disponível em : www.eticaempresarial.com.br/site/pg.asp?pagina=detalhe_artigo&codigo=86&tit_pagina=&nomeart=s&nomecat=n, acessado em 14/11/2016.

WEIL, Pierre. **A nova ética**. 4. Ed. Rio de Janeiro: Record: rosa dos tempos, 2002.

VASQUEZ, Adolfo sanches. **Ética**. Trad. João Dell Anna. 19. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

NALINI, José Renato. **Ética geral e profissional**. São Paulo. Editora Revistas dos tribunais, 1999.

RAMOS, Alberto Guerreiro. **A nova ciência das organizações**: Uma conceituação da riqueza das organizações. Tradução de Mary Cardoso.2. ed. Rio de Janeiro: editora da fundação Getúlio Vargas, 1989.

Indicadores Ethos de **Responsabilidade Social Empresarial** São Paulo: Versão 2000.

Abstract

We live in a very fast and complex society, where we see the moral and ethical values being lost; in this work, we will talk approach of ethics itself, but with greater emphasis on ethical behavior within organizations. Business ethics is a set of principles and moral standards that guide behavior in the business world. Its social responsibility is an obligation that the company takes to maximize the positive effects and minimize the negative it produces on society. Business ethics also relates to moral principles and rules that guide decision-making within the organization. Ethics also studies each situation and define alternatives according to a set of culture that remains the same whatever the norms, rules or other legal standards (Tagliapietra, Santana, Deparis, 2004). This article was developed through literature review, aims to show ethics as a valuable tool for use inside and outside the organization, becoming increasingly applicable to the positive image of the company.

Keywords: Ethics, Moral, Business, Responsibility.

APÊNDICES

Roteiro de Entrevista com Funcionários

1. Idade (Em anos): (___) De 18 a 29 (___) Entre 30 e 40 (___) De 41 a 50 (___) Acima de 50

2. Sexo:

(___) Masculino

(___) Feminino

3. Filhos?

(___) Sim, Quantos? _____

(___) Não

II. PERGUNTAS SOBRE ÉTICA

4. O que você entende por ética?

(___) Educação Moral

(___) Conjunto de Princípios e Valores

(___) Consciência perante a sociedade

(___) Diretrizes que orienta o indivíduo perante sua postura e conduta

(___) O que é legal

(___) Base da construção pessoal

5 você tem quanto tempo de empresa?

(___) De 1 a 2 Anos

(___) De 2 a 3 Anos

(___) De 3 a 4 Anos

(___) De 4 a 5 Anos

(___) Mais de 5 anos

6. Trabalha em qual Setor?

(___) Operacional

(___) Administrativo

7. O que influencia diretamente na sua atuação ética?

- Família
- Chefia
- Religião
- Outros

8. A chefia direta explica a equipe e aos colegas a importância da honestidade e da ética?

- Sempre
- Às vezes
- Nunca

9. Por que você acha importante ser ético dentro da empresa?

- Para manter o respeito entre todos
- Para manter as exigência da empresa
- Para manter o ambiente de trabalho produtivo
- Para manter a justiça e igualdade no meio corporativo

10. Conhece o código de ética de sua empresa?

- Sim
- Não