



A VISÃO DOS COLABORADORES SOBRE O CÓDIGO DE ÉTICA: DO DISCURSO À PRÁTICA

ANA VALÉRIA VARGAS PONTES

avvpontes@uol.com.br

UFF

ANA PAULA NOGUEIRA FIGUEIREDO

anaafigueiredo@outlook.com.br

FMG

LUCIANA NOVAES VIEIRA FERREIRA

lucnovaes@yahoo.com

FMG

RAQUEL SANTOS BARBOSA

raquel.santos@unimedjf.br

FMG

TAYNÁ DIAS MENDES

tayna.mendes@hdi.com.

FMG

Resumo: A Ética, voltada para o meio empresarial, proporciona maior credibilidade para as organizações. E a adoção de um documento interno cuja denominação propõe-se que seja Código de Ética, facilita a comunicação entre a empresa com todos os seus stakeholders, expondo de forma clara e objetiva seus princípios e valores. O objetivo deste estudo é analisar a percepção dos colaboradores em relação à importância do Código de Ética. A metodologia utilizada foi uma pesquisa de caráter exploratório e para tanto se fez uma pesquisa bibliográfica e uma pesquisa de campo, realizada com os colaboradores da NND Seguros Juiz de Fora, nome fictício. Após a análise da pesquisa pode-se perceber que na NND Seguros os colaboradores valorizam a existência de um código de ética pela forma que ele objetiva os valores da empresa, mas por outro lado, os colaboradores não se sentem interagidos na construção ou alteração do documento.

Palavras Chave: Ética - Ética Empresarial - Valores - Princípios - Código de Ética



1 INTRODUÇÃO

Em um ambiente empresarial altamente competitivo, alcançar todas as expectativas do consumidor não é uma tarefa simples. Vivencia-se uma nova tendência de consumidores cada vez mais exigentes, não somente por produtos ou serviços de qualidade, mas também, por empresas sejam éticas e atuem com responsabilidade social e ambiental.

Sendo assim, a ética empresarial não é simplesmente um artifício de *marketing*, é uma nova realidade marcada por comportamentos, na qual as empresas vêm adotando em seu cotidiano. Percebe-se que o lucro é uma consequência das ações tomadas pelas empresas, há uma crescente preocupação em solucionar problemas sociais com todos os que têm algum tipo de envolvimento com ela.

Dessa forma, para a elaboração deste estudo, tem-se como questão de investigação: o código de ética contribui para que a empresa possa colocar em prática seus conceitos de ética empresarial?

A partir da questão proposta é delineado o objetivo geral deste estudo que é o de analisar a percepção dos colaboradores em relação à importância do Código de Ética. Já os objetivos específicos consistem em verificar se há uma integração entre o colaborador e o código de ética ou se as diretrizes são estabelecidas apenas como um discurso desvinculado da prática.

Para atingir o objetivo pré-estabelecido, a metodologia utilizada foi uma pesquisa exploratória e para tanto, fez-se uma pesquisa bibliográfica e aplicou-se uma pesquisa de campo, realizada com os colaboradores da empresa NND, cujo nome é fictício devido a questões de sigilo. Para a pesquisa bibliográfica, realizou-se uma revisão dos autores Aristóteles (2015), Alencastro (2010), Arruda; Whitaker; Ramos (2003), Gil (2008), Moreira (1999), dentre outros pesquisadores no contexto apresentado e bem como consultas a sites relacionados com o estudo.

A pesquisa de campo de caráter quantitativo foi realizada na empresa NND Juiz de Fora. O universo da pesquisa compreende oito colaboradores do setor de seguros, dessa forma, por se tratar de um universo pequeno, não houve cálculo de amostragem, sendo necessário pesquisar o tamanho absoluto deste universo, os oito colaboradores. Obteve-se como retorno o preenchimento de oito questionários aplicado aos colaboradores da NND Seguros Juiz de Fora.

Este artigo é composto por esta introdução, na segunda seção buscou-se compreender um pouco sobre as questões da ética e suas aplicações no mundo empresarial. Na seção seguinte, abordou-se sobre o código de ética, sua formulação e a importância de sua adoção e prática nas organizações. Na seção quatro fez-se a metodologia e a análise da pesquisa de campo e por fim as considerações finais.

2 A ÉTICA

Segundo Aristóteles (2015), a ética consiste no primor de atitudes morais relacionada com ações e emoções onde se tem o poder de julgar, discernir, ponderar, a maneira correta de agir socialmente.

De acordo com Barros e Cortela (2016) no decorrer da história a palavra ética foi adquirindo contornos diferentes, se tornou um assunto mais abrangente e profundo. São diversos os significados e estudos voltados para o entendimento dessa área de estudo. Segundo os autores a ética é um campo de conhecimento que abrange as várias faces do comportamento, seja nas relações familiares, religiosas, sociais, empresariais, entre outras. Ao analisar esse



comportamento estabeleceram-se então padrões e princípios a partir das ações para com o outro, ou seja, tem-se diante de cada um a possibilidade da decisão.

Na visão de Passos (2013) ética é uma reflexão complexa, pois se trata de um conteúdo extenso, contudo ela explica o que antecede o conceito de ética são os valores individuais e, ou coletivos, que projetam-se através de convicções e princípios como, bondade, justiça e honestidade, ao mesmo tempo que também pode ser beleza, lucro ou utilidade. Para autora tais fatores são o suporte e as características que contornam esses valores, que podem ser morais, ou seja, que são inerentes ao ser humano, responsável pelo que faz de maneira livre e consciente, e não morais caracterizados pelo apoio existencial de substância material, algo útil.

A partir da ideia anterior, entrelaça-se a percepção de Kant (2002), no qual o ser humano, como ser racional e autônomo identifica suas ações e possui o poder de agir e escolher livremente. Segundo ele, essa capacidade de saber o certo e o errado, é o que diferencia a espécie, na ausência de obstáculos à distinção de um ato moral, ou não, e permeia os impulsos de qualquer escolha. Portanto, o autor afirma que entende o ser como livre para tomar decisões, a partir do momento em que elas não tenham interferência de sentimento impulsivo, isto é, metade da escolha moral é racional, e a outra metade impulsiva.

Já a perspectiva de ética científica de Srour (2000, p. 155) destaca que “a ética opera no plano da reflexão ou das indagações, estuda os costumes das coletividades e as morais que podem conferir-lhes consistência”.

A grande maioria das pessoas não sabem diferenciar ética de moral, até porque são palavras que possuem sentidos que se assemelham, do bem ou mal ou do que é certo ou errado. No entanto, a moral é um conjunto de valores, ela diz quais os comportamentos são bem-vindos ou não. Srour (2000, p. 159) ressalta que “a moral corresponde às representações imaginárias que dizem aos agentes sociais o que se espera deles”. Enquanto a ética serve para nortear as ações e comportamentos do ser humano, cada indivíduo estipula o que ele define como certo ou errado. A moral é o objeto de estudo da ética científica.

Em conformidade com Valls (1994, p.12) “ética pode ser o estudo das ações ou dos costumes, e pode ser a própria realização de um tipo de comportamento”. Para o autor todas as pessoas tem a consciência do que é ética, porém, quando se indaga a explicação pode ser confusa e difícil. Em sua visão a ética é compreendida como um estudo científico ou filosófico, e algumas vezes teológico sobre a cultura e atitudes humanas.

Como exposto anteriormente, Arruda (2002) salienta, que as discussões sobre a ética estão em alta, pois as pessoas estão cansadas da corrupção, do erro, estão inconformadas com o mal. Seus estudos dizem que organizações que se apoiam nesse conteúdo para criar suas estratégias têm mais vantagem competitiva no mercado. Os colaboradores de todas as áreas do negócio acham necessária a postura da organização em se esforçar para que suas ações atendam a princípios éticos.

2.1 Ética Empresarial

Segundo Alencastro (2010) as ações e decisões de cada indivíduo afetam diretamente as outras pessoas. No entanto, a convivência em sociedade, para que não seja caótica, deve acontecer de forma ordenada. Para o autor, são necessárias regras, leis e normas que regulem o relacionamento humano em todos os níveis de sua existência.

Sabe-se que o estudo da ética é muito antigo. Alencastro (2010) menciona que as questões socráticas deram início à ética, nessa época os filósofos muito indagavam sobre os valores e os costumes estabelecidos na cidade.



A ética talvez encontre sua origem histórico-filosófica naquelas questões levantadas por Sócrates, na Grécia do século V a.C., quando o eminente pensador indagava o que era e também de onde vinham e o que valiam os valores e os costumes estabelecidos em Atenas (ALENCASTRO, 2010, p.31).

Essa perspectiva mostrada pelo autor é o início do estudo da ética filosófica. Que com o passar dos anos tem seu arcabouço sendo estudado pela ciência, numa dimensão de ética científica empresarial.

De acordo com Peter Drucker, citado por Alencastro (2010, p.70), “empresa é uma organização de pessoas com uma visão compartilhada de contribuição socialmente legítima, definida em termos de desempenho econômico”. Entende-se como empresa um somatório de pessoas com o objetivo de produzir bens ou serviços para oferecer ao mercado.

Segundo Patrus-Pena e Castro (2010) a empresa compreende todos os processos e rotinas, onde se operam os mecanismos e atividades integradas que possam gerar bens e serviços, com objetivo de lucro rentável. Os autores observam que sua finalidade é a de empreender uma ação, ou seja, produzir por meio de colaboradores e maquinário, dentro de determinado local, a fim de corresponder e satisfazer necessidades básicas do cliente.

Para Moreira (2002), toda empresa possui como objetivo principal o alcance de lucro, e esse objetivo é alcançado na diferença entre o preço da venda de um bem ou serviço e o custo da produção. Inicialmente, na economia de troca das sociedades primitivas e antigas, não havia lucro e nem empresa. “A ética de tais relacionamentos era limitada pelas relações de poder entre as partes e pelas eventuais necessidades prementes de obtenção de certos bens ou artigos” (MOREIRA, 2002, p. 28).

Com o decorrer dos anos, a tradição de se realizar trocas por bens ou artigos, se tornou o que hoje é conhecido como comércio, no qual o consumidor paga em moeda para obter o que considera necessário à sua sobrevivência. A economia se desenvolveu, o lucro deixou de ser algo simbólico, e começou a ser considerado como um fator de bem-estar social. Surge então, a necessidade de se conciliar a atividade lucrativa com a ética, pois as empresas estavam em constante busca pelo lucro, e em alguns casos, deixando de lado os princípios éticos.

Foram muitos os estudos em diversos países voltados para as relações entre empregadores e empregados, a grande maioria tentava demonstrar a necessidade de valorização e respeito dos trabalhadores, e o assunto da ética empresarial se tornou cada vez mais relevante.

A ética empresarial é um “comportamento da empresa entendida como lucrativa quando age de conformidade com os princípios morais e as regras do bem proceder aceitas pela coletividade (regras éticas)” (MOREIRA, 1999, p. 28). Diante do exposto percebe-se que a empresa ética é aquela que cumpre com seus compromissos diante da sociedade em que está inserida.

Arruda; Whitaker; Ramos (2003) discorrem que os estudos sobre Ética nas Faculdades alavancaram-se nas décadas de 60 e 70, alguns estudiosos contribuíram para isso, principalmente nos EUA. Eles afirmam que a ética deve existir em todos os ambientes empresariais e a moral de cada indivíduo varia de acordo com a sociedade e cultura que está introduzido. Foram desenvolvidos temas inerentes de Ética Empresarial, com foco internacional, sendo eles: a corrupção, a liderança e as responsabilidades corporativas.

É narrado pelos autores que no decorrer dos anos 80 alguns professores universitários dos EUA e Europa trabalharam e investiram no ensino da Ética nos Negócios em



curso de Administração, e em MBA – *Master of Business Administration*, e com isso surgiram algumas publicações sobre este tema.

Arruda; Whitaker; Ramos (2003), descrevem que na década de 90 foram criadas redes acadêmicas, e originaram revistas especializadas sobre o tema. Existiam reuniões anuais destas equipes e elas impulsionaram os estudos sobre Ética e sobre sua aplicação. Ainda nesta década a Ética Empresarial obteve uma significativa expansão, e este conceito passou a ser conhecido mundialmente.

No Brasil, a ética empresarial tem sido bem vista tanto pelas empresas quanto pelos consumidores. Há uma preocupação por parte das organizações de cumprirem um comportamento ético com todos os seus *stakeholders*, parte que tem interesse na empresa, e também se tornou algo esperado e exigido pela sociedade.

Moreira (1999) observa que os resultados econômicos e desenvolvimento das Organizações dependem do sistema político e sociocultural que estão instaladas. O crescimento financeiro de Empresas interfere diretamente na sociedade e governo, contribuindo de forma geral para o desenvolvimento da economia. Para Moreira (1999, p.120) “o comportamento ético por parte da empresa é esperado e exigido pela sociedade. Ele é a única forma de obtenção de lucro com respaldo na moral”. Pode-se observar inclusive, que toda organização visa transmitir credibilidade para a sociedade em que está inserida, sendo assim ações éticas são essenciais para conquistar essa credibilidade, assim como outros benefícios.

Já na visão de Srour (2008) além da credibilidade e qualidade, o serviço de pós-venda, os produtos ligados a sustentabilidade, e o relacionamento ético da organização com seus clientes são características de investimentos fundamentais do mercado atual.

De acordo com Arruda (2002), os executivos que se declaram éticos e que atuam com responsabilidade social, precisam mostrar e viver essa realidade. A começar pela missão e a visão do negócio. Isso traz muito mais credibilidade ao programa e mostra a seriedade da empresa. Algumas organizações não só cumprem seu papel legal, mas vão além, proporcionando maiores benefícios aos seus colaboradores, para manter a sua qualidade de vida e bem-estar no trabalho.

Arruda, Whitaker e Ramos (2003), notaram que, o olhar de negócio vem se caracterizando de forma diferente, onde a visão antiga de apenas gerar lucro não é mais suficiente, mas agora as organizações buscam ter um ambiente em que as pessoas que são lideradas por princípios éticos podem contribuir para uma maior produtividade. Dessa forma, o uso da ética oferece benefícios tanto para as instituições quanto para os indivíduos que nela trabalham.

Barros e Cortela (2016) consideram que, devido a atual conjuntura política e privada, a ética é um tema favorável para debater-se e entender suas esferas, pois a sociedade busca encontrar maneiras de mudar esse contexto e precisa que isso seja feito com os gestores, estejam ele no meio público ou privado.

Na seção seguinte trata-se do código de ética como instrumento para possibilitar a inserção da ética de forma possível e prática nas organizações.

3 CÓDIGO DE ÉTICA

De acordo com Moreira (2002) o Código de Ética tende a disseminar os valores corporativos da forma mais clara possível, além de servir como um apoio para os gestores e colaboradores nas tomadas de decisões. A percepção de certo ou errado é algo individual. Sendo



assim, as organizações precisam esclarecer quais são os valores corporativos e condutas que elas esperam por parte de seus colaboradores.

Na perspectiva de Arruda (2002) para construir os valores institucionais é necessário saber o ponto de vista dos funcionários, o que eles entendem como valor, moral e ética. Quando as pessoas participam da elaboração do projeto de construção ou de adequação, as ideias terão mais chances de serem aceitas e utilizadas, pois irão seguir um propósito coletivo. E portanto, os funcionários se sentirão parte do processo, no qual ajudaram a construir, e não cumprir uma ordem pré estabelecida de cima para baixo.

Moreira (2002) pondera que a empresa ao decidir adotar a postura ética em seus relacionamentos, deve-se fazer constar sua determinação de um documento interno, cuja denominação propõe-se que seja o Código de Ética.

Desta forma, segundo Moreira (2002, p. 33) um código de ética tem a missão de “padronizar e formalizar o entendimento da organização empresarial em seus diversos relacionamentos e operações”. Nesta perspectiva o Código de ética “evita que os julgamentos subjetivos deturpem, impeçam ou restrinjam a aplicação plena dos princípios”. (MOREIRA, 2002, p. 33).

Algumas instituições optam por criar comitês de ética, onde funcionários de diversos cargos e setores são responsáveis por tratar os assuntos éticos. Esse comitê geralmente é coordenado “por algum dirigente da organização, para reafirmar nela a supremacia da ética, e facilitar o aconselhamento adequado assegurando a tomada de decisão prudente”. (ARRUDA, 2002, p.6). Seguindo esse raciocínio a autora esclarece que os comitês podem atender a casos específicos, implantar e modificar normas, com o objetivo de aperfeiçoar e atender as demandas existentes. O comitê oferece maior credibilidade as questões éticas, pois os funcionários percebem maior comprometimento da organização. Os membros do comitê devem estar sempre atentos às mudanças sociais, econômicas, e preparados para possíveis adaptações.

Seguindo essa ideia Moreira (2002) aponta, para que as empresas tomem medidas para prevenir ações e condutas inadequadas, tornou-se essencial o uso de uma ferramenta de orientação que caracterize uma organização ética com os valores da empresa divulgados para todos os públicos envolvidos. No entanto, apenas o código de ética não seria o suficiente, faz-se necessário, que o mesmo tenha o respaldo de uma consciência ética:

No campo ético, diferentemente do que ocorre em outros, a questão se prende a uma conduta objetiva de comportamento de grupo que exclui subjetivismo. É aí que nossa conduta, como fruto de nossa consciência, passa por julgamentos próprios, mas, também, de terceiros e, neste particular, torna-se genuinamente ética (SÁ, 2001, p.61).

Um estudo de Cherman; Tomei (2005) demonstram que os colaboradores que participam da elaboração do código de ética, de comum acordo com os valores da empresa tendem a se orientar quanto as suas ações, se preocupando em validar o que foi construído, logo o código não se torna um mecanismo desconectado, descompromissado, e sim uma ferramenta estratégica.

Arruda; Whitaker; Ramos (2003), relatam que as empresas precisam seguir e criar estratégias para alcançar resultados positivos. Os autores ressaltam que a ética não só é um tipo de estratégia, como é também, uma forma de administrar a organização. Através da ética é, possível, adotar condutas padronizadas para todos os colaboradores, e por meio desta conduta,



a empresa consegue influenciar e permitir que a Cultura Organizacional seja positiva para a instituição, com reflexo na sociedade em geral.

De acordo com Arruda (2002) o código de ética é um instrumento que precisa ser aplicado dentro da organização e por todos seus parceiros. Após definir os valores que esperam de seus colaboradores, as organizações precisam alinhar quais as condutas aceitáveis para a elaboração do código de ética. Em sua perspectiva é elaborado um relatório de fácil compreensão com toda a política/prática empresarial para que todos os funcionários tenham acesso e que possam sugerir, a fim de fazer as críticas que julgam necessárias. Esse relatório deve ser aprimorado de acordo com a opinião de todos os participantes e dará início ao documento que vai nortear os comportamentos adequados e explicitar as responsabilidades das partes envolvidas.

Partindo da ideia anterior a autora observa que as organizações têm optado por formalizar o Código de Ética e que existem penalidades que tem o respaldo legal quando do não cumprimento do mesmo.

Ela ressalta ainda sobre alguns dos temas abordados no Código de Ética, e cita:

Leis do país, conflitos de interesse, proteção do patrimônio da instituição, lealdade entre funcionários, respeito entre chefes e subordinados, transparência nas comunicações internas e com os stakeholders da organização, denúncia, práticas de suborno e corrupção em geral, entretenimento e viagem, propriedade de informação, contratos com/do governo, assédio profissional e sexual, alcoolismo e uso de drogas, entre outros. (ARRUDA, 2002, p.6)

Arruda (2002) propõe que após implantação do código de ética, aconselha-se criar um programa de comunicação que ajude os colaboradores a estarem sempre atualizados sobre o tema. Essa comunicação pode ser feita por meios tradicionais, como folhetos, quadros de aviso, vídeos, e outros que atendam ao perfil dos profissionais. Desse modo, quando houver alguma mudança de conduta, novas políticas ou mesmo um comunicado sobre o tema, todos terão acesso à informação.

Por fim, Barros e Cortela (2016) salientam que se o código de ética tiver uma aplicação eficaz, pode-se considerar que as organizações serão bem-sucedidas, e todos os *stakeholders* atuarão baseados em valores, princípios éticos e morais. Entretanto, na prática não é tão simples. Mesmo com todos os esforços da organização em criar o código de ética e manter a comunicação ética ativa, nem todos estão dispostos a adotar essa cultura.

Na seção quatro buscou-se por meio da pesquisa de campo verificar como as questões teóricas até aqui abordadas acontecem na empresa pesquisada.

4 METODOLOGIA

De acordo com os autores Cervo et al (2014, p. 27), metodologia é o “conjunto de processos empregados na investigação e na demonstração da verdade”. O método a ser aplicado depende do objetivo da pesquisa. No entanto, este trabalho propõe-se a esclarecer melhor como os princípios e valores éticos tem um papel fundamental na organização, e como o código de ética pode auxiliar os relacionamentos e a tomada de decisão nas organizações.

Para se ter uma pesquisa eficaz, segundo Vergara (2007) é necessário se esforçar, selecionar meios e processos adequados que vão garantir bons resultados. Só se consegue essas características após definir qual o método irá seguir, por isso essa definição se faz necessária.



Para alcançar o objetivo proposto, fez-se uma pesquisa exploratória, e quanto aos meios realizou-se uma pesquisa bibliográfica e aplicou-se uma pesquisa de campo, por meio de um questionário. Optou-se por uma linha de pesquisa com análise quantitativa, por meio de uma amostra intencional e probabilística. (GIL, 1991)

Ao realizar seus estudos, observa-se os meios que utilizaram para realizar a pesquisa, quais são os resultados encontrados, e posteriormente analisam todos os processos e resultados obtidos. (GIL, 2008)

A pesquisa bibliográfica se deu por meio da revisão de diversos autores e dentre eles destacam-se Aristóteles (2015), Alencastro (2010), Arruda; Whitaker; Ramos (2003), Gil (2008), Moreira (1999), dentre outros pesquisadores no contexto apresentado e bem como consultas a sites relacionados com o estudo.

A pesquisa foi aplicada na Empresa NND, o nome da empresa foi substituído por uma denominação fictícia pelo fato da mesma não ter autorizado a divulgação por questões de sigilo.

4.1 Instrumento da Pesquisa

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário com questões afirmativas, do tipo *likert* com cinco pontos, o que permitiu que os colaboradores respondessem as questões em graus variados indicando um valor na escala que vai de 1 a 5, sendo 1 concordo totalmente e 5 discordo totalmente.

Buscou-se dividir as dez questões em duas perspectivas, a primeira para entender se o código de ética é um instrumento formulado apenas para aparentar uma empresa que segue valores morais em sua aplicabilidade, e a segunda parte verificar se os colaboradores estão integrados e se participam efetivamente de sua implementação. Sendo assim, as questões afirmativas estabelecem o entendimento do colaborador quanto ao papel que o código de ética desempenha nos valores empresariais.

4.2 Procedimento de coleta de dados

A pesquisa na empresa NND foi realizada entre os dias 21 e 25 de maio de 2018. Os funcionários foram abordados por meio de correspondência eletrônica após o aval da Matriz que fica em São Paulo, que replicou a mensagem.

O universo da Filial contempla oito funcionários, onde três são técnicos operacionais, um técnico administrativo, três executivos de venda e um gerente geral.

O trabalho foi tabulado utilizando o *software Microsoft Office Excel 2013*, logo após o retorno da pesquisa de campo aplicada, os resultados foram inseridos nos quadros abaixo e a análise dos dados obtidos está fundamentada nas obras citadas neste trabalho.

4.3 Análise da pesquisa

A primeira parte do questionário, buscou entender como a empresa enxerga e trabalha as questões éticas, especificamente relacionadas a construção e utilização do código de ética como instrumento de aplicação da ética empresarial, no olhar dos funcionários. O que pode ser observado no quadro um.



Quadro 1 – Perspectiva de aplicabilidade

Questões	Concordo Totalmente		Concordo Parcialmente		Indiferente		Discordo Parcialmente		Discordo Totalmente	
	V.R	V.A	V.R	V.A	V.R	V.A	V.R	V.A	V.R	V.A
1 - A valorização do código de ética é tão importante quanto o lucro.	75%	6	25%	2	-	0	-	0	-	0
2 - O código de ética foi formulado para evitar problemas legais.	25%	2	75%	6	-	0	-	0	-	0
3 - Há necessidade de ajustes quanto a conduta ética da empresa caso haja uma auditoria externa.	87,5%	7	12,5%	1	-	0	-	0	-	0
4 - O código de ética expressa de forma clara e objetiva os valores da empresa	100%	8	-	0	-	0	-	0	-	0
5 - Existem ações disciplinares para funcionários que infringem o código de ética.	62,5%	5	37,5%	3	-	0	-	0	-	0

Fonte: Pesquisadores, 2018.

Percebe-se no quadro um, que na relação lucro versus ética, 75% dos entrevistados concordam totalmente que a empresa valoriza mais o código de ética do que a apresentação de resultados positivos e 25% concordam parcialmente com esta afirmação.

Com relação ao código de ética ter sido formulado para evitar problemas legais, 25% concordam totalmente e 75% parcialmente. Quanto à necessidade de ajustes caso haja auditoria externa, a maioria 87,5% concordam totalmente e 12,5% parcialmente.

Na quarta questão sobre a clareza e objetividade do código de ética associado aos valores da empresa 100% dos colaboradores concordam totalmente.

A última questão do quadro um, afirma que se os funcionários infringirem o código de ética sofrerão ações disciplinares, 62,5% dos colaboradores concordam totalmente e 37,5% concordam parcialmente.

O quadro dois está atrelado à integração do profissional na formação ou alteração do código de ética, procura-se entender a maneira que a construção do mesmo influencia na implementação do estudo da ética empresarial, e se tais normas são de fato relevantes na prática do cotidiano organizacional.


Quadro 2- Perspectiva de Integração

Questões	Concordo Totalmente		Concordo Parcialmente		Indiferente		Discordo Parcialmente		Discordo Totalmente	
	V.R	V.A	V.R	V.A	V.R	V.A	V.R	V.A	V.R	V.A
6 - Os funcionários participam da atualização do código de ética, por meio de comitês.	-	0	-	0	-	0	12,5%	1	87,5%	7
7 - A empresa dispõe de mentores para o suporte quanto a orientação moral aos colaboradores.	-	0	-	0	-	0	-	0	100%	8
8 - Há canais de denuncia para aqueles que infringem o código de ética.	100%	8	-	0	-	0	-	0	-	0
9 - A empresa valoriza a diversidade em seu quadro de colaboradores.	-	0	75%	6	25%	2	-	0	-	0
10 - Ao entrar na empresa o funcionário passa por um processo de integração, onde conhece o código de ética, e se compromete a cumpri-lo no exercício da função	-	0	100%	-	0	-	0	-	0	-

Fonte: Pesquisadores, 2018.

No segundo quadro, conforme observado, a sexta afirmação trata-se da participação dos funcionários na atualização do código de ética, em onde 87,5% dos entrevistados discordaram totalmente e 12,5% discordaram parcialmente.

A afirmação seguinte indaga se a empresa dispõe de mentores para auxiliar a orientação moral dos colaboradores, e 100% discordam de tal afirmação.

Em contrapartida, na oitava questão, 100% dos colaboradores concordam totalmente que há canais de denuncia caso infringiam o código de ética.

Quando questionados a respeito da diversidade no quadro de colaboradores, 75% concordam parcialmente e 25% indiferentes à esta afirmação.

Por fim, a décima questão, afirma que o funcionário passa por um processo de integração onde conhece o código de ética e se compromete a cumpri-lo 100% dos entrevistados concordam parcialmente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ética se encontra presente no cotidiano comum e empresarial, ela auxilia as pessoas a estabelecerem valores e refletirem sobre os mesmos, buscando obter respostas desconstruídas de paradigmas e administrar conflitos. No setor dos negócios as questões éticas e valores morais precisam conversar com a consciência vertical que pode ser alcançada dentro da organização. Neste trabalho, percebe-se que, os hábitos e ações praticados por um grupo de pessoas que desempenham derivadas funções, sofrem influência de valores que foram adquiridos ao longo do tempo. Porém, a maneira que a empresa apresenta suas normas éticas,



e a relação que estabelece de comunicação com os funcionários contribui com a prática que advém dos conceitos sobre ética.

Sabe-se que a trajetória inicial de um funcionário ao ser admitido em uma organização, é determinada por diversas etapas como: reconhecimento do espaço físico, primeira impressão ao conhecer os colegas de trabalho e as funções estabelecidas do cargo. Essa convivência interpessoal e a dinâmica do ambiente de trabalho dispõem da diversidade de princípios éticos dos participantes e agrega valor as atividades desempenhadas em grupo. No entanto, a fluidez dessa dinâmica está relacionada em identificar o quão importante pode ser a valorização do código de ética sendo um instrumento de orientação para a prática almejada.

De acordo com o resultado da pesquisa verificou-se que a prática da ética e o conhecimento do código de ética são tópicos distintos diante de sua aplicação. As empresas precisam estar atentas a essa questão, visto que identificar condutas profissionais éticas, na atual conjuntura, oferece maior credibilidade à organização.

Para que o código de ética tenha êxito, é imprescindível que a empresa crie métodos que possibilitem que seus funcionários construam e participem dos valores e princípios propostos. Pode-se observar ainda que no âmbito organizacional, a intervenção de pessoas qualificadas para o suporte no entendimento das normas de conduta e orientação moral, é uma ação que apoia a aplicação do conceito. Os gestores devem alinhar as práticas de condutas éticas associadas aos valores estabelecidos do grupo que pertence.

Considera-se nesse contexto, de acordo com a pesquisa bibliográfica realizada, que para se obter uma boa aplicabilidade do Código de Ética na organização existem fatores relevantes que merecem ser levados em consideração, como a participação e integração dos colaboradores na formulação do documento. Tais fatores permitem demonstrar a importância de se praticar ações éticas e demonstrar a preocupação da organização com a sociedade em que está inserida.

Espera-se, que o resultado dessa pesquisa, consiga propor novos estudos sobre ética conceitual e sobre sua prática de fato.

REFERÊNCIAS

ALENCASTRO, M.S.C. **Ética empresarial na prática**. Curitiba: Intersaberes, 2010.

ARISTÓTELES, **Ética a Nicômaco**; edição 1; Editora Martin Claret, 2015.

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de, **Código de Ética** - um instrumento que adiciona valor, São Paulo, Editora Negócio, 2002.

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de; WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria Rodriguez. **Fundamentos de Ética Empresarial e Econômica**. 2º Edição. São Paulo – SP. Atlas, 2003.

CERVO, Amado L., Bervian, Pedro A. e da Silva, Roberto (2014). **Como elaborar projetos de pesquisa: linguagem e método** / Roberto S. KahlmeyerMartens... [ET AL.]. – Rio de Janeiro : Editora FGV.2007.

CORTELA, Mario Sérgio; FILHO, Clóvis de Barros. **Canal Café Filosófico**. Ética do Cotidiano. Publicado em 7 de setembro de 2016. https://www.youtube.com/watch?v=9_YnlPXXKILU> Acesso em: 2 de outubro de 2017/15:47.

CHERMAN, Andrea; TOMEI Patricia Amélia **Códigos de Ética Corporativa e a Tomada de Decisão Ética: Instrumentos de Gestão e Orientação de Valores Organizacionais?** RAC, v. 9, n. 3, Jul./Set. 2005 .



- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- KANT, Immanuel. **Crítica da Razão Prática**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- MEIRA, F. B. **Ética empresarial e gerencialismo: um estudo sobre a ética da ética empresarial**. 2002. 199 p. Dissertação (Mestrado em Administração) – EAESP (Escola de Administração de Empresas de São Paulo), Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2002.
- MOREIRA, Joaquim Magalhães. **A Ética Empresarial no Brasil**. São Paulo: Pioneira, 1999.
- PATRUS-PENA, Roberto; CASTRO, Paula Pessoa de. **Ética nos negócios: condições, desafios e riscos**. São Paulo: Atlas, 2010.
- SROUR, Robert Henry. **Ética Empresarial: o ciclo virtuoso dos Negócios**. 3ª Edição. Rio de Janeiro: Campus, 2008.
- SROUR, Robert Henry. **Ética Empresarial**. 4 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 2a ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- VALLS, ALVARO L. **O que é ética**. Coleção Primeiros Passos - No 177 ISBN 85-11-01177-3 - Ano: 1994 Editora Brasiliense.
- SÁ, Antonio Lopes. **Ética Profissional**. 4 ed. São Paulo: Atlas SA 2001.
- SILVA, José Maria da; SILVEIRA, Emerson Sena da. **Apresentação de trabalhos acadêmicos: normas e técnicas**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.