

## ESTUDO DA GESTÃO ÉTICA NA EMPRESA CÔRTE REAL CONSTRUÇÕES ELÉTRICAS EM PATOS DE MINAS-MG<sup>1</sup>

***Camila Beltrão de Oliveira***

Graduanda do 8º período do curso de Administração do UNIPAM.  
E-mail: camila-beltrao.17@hotmail.com

***Eliphaz Levi Pereira***

Professor do curso de Administração do UNIPAM.  
E-mail: eliphaz@unipam.edu.br

---

**RESUMO:** O presente estudo teve como objetivo analisar como se estabelece a aplicabilidade dos conceitos de ética na prática de uma organização e em suas relações com os seus públicos. Utilizou-se uma pesquisa bibliográfica, descritiva e um estudo de caso com análise de conteúdo e abordagem qualitativa. A unidade de análise foi a empresa Côrte Real situada na cidade de Patos de Minas (MG). O estudo de caso realizado evidenciou que, não obstante a Côrte Real ainda não adote um documento formal de Código de Ética e não tenha realizado uma pesquisa de clima organizacional fundamentado nos princípios éticos com os seus clientes internos, a empresa revela grande motivação para com a aplicação da ética no seu cotidiano pela sua relevância e para o equilíbrio da sua imagem organizacional perante a sociedade. Uma gestão pautada na ética é uma primazia para a Côrte Real, os seus gestores exercem controles favoráveis ao comportamento ético em todas as ações da empresa, de forma a adotar um posicionamento correto na execução de suas ações e compromissos assumidos junto a todos os seus stakeholders.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ética; Organização; Princípios éticos.

**ABSTRACT:** The present study had as objective to analyze how the applicability of the concepts of ethics in the practice of an organization and in its relations with its public is established. We used a descriptive bibliographical research and a case study with content analysis and qualitative approach. The unit of analysis was the company Côrte Real located in the city of Patos de Minas (MG). The case study carried out evidenced that, despite the fact that Côrte Real has not yet adopted a formal Code of Ethics document and has not conducted an organizational climate survey based on ethical principles with its internal clients, the company shows great motivation towards application of ethics in its daily life for its relevance and for the balance of its organizational image before society. Ethical management is a priority for Côrte Real, its managers exercise controls favorable to ethical behavior in all actions of the company, in order to adopt a correct position in the execution of its actions and commitments assumed with all its stakeholders

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na área temática 1 - Novas tecnologias e ferramentas para gestão empreendedora do XIV Congresso Mineiro de Empreendedorismo, realizado de 5 a 7 de novembro de 2018.

**KEYWORDS:** Ethic; Organization; Ethical principles.

---

## 1 INTRODUÇÃO

A ética se relaciona à conduta do homem e à sua imagem projetada na sociedade. No âmbito organizacional a ética deve se encontrar em diversas ações que acabam por exercer influências na gestão. Neste processo, torna-se essencial haver uma interconexão entre a ética e a reputação corporativa, cujo alicerce é a ideia de que qualquer ação falha compromete tal relação.

A ética organizacional visa imprimir tanto nos diretores quanto nos subordinados os ideais para um comportamento que contribua para suas estratégias, bem como com o bom funcionamento de suas operações diárias. Na construção dos relacionamentos humanos, a ética é um fator importante, por essa razão, adotar uma abordagem ética contribui para formação de uma identidade positiva da empresa, uma vez que a sociedade tem cobrado que os negócios sejam eticamente responsáveis.

A urgência sobre discussões éticas é clara ao se considerar o momento vivido no país, onde parecem ser cada vez mais comuns escândalos de corrupção que evidenciam o comportamento antiético na política e na economia, bem como no ambiente empresarial. Tem-se ainda o fato de que no atual mundo globalizado dos negócios, as empresas precisam lidar com situações cada vez mais complexas, por exemplo com legislações de países distintos onde práticas como o assédio sexual, discriminação racial não sejam ilegais.

As organizações precisam desenvolver ações para evitar que seus colaboradores se desviem dos propósitos éticos defendidos pela organização para poder atuar de forma interagida, interrelacionada e integrada, impulsionando assim seus objetivos e metas, bem como favorecendo a sociedade, fornecedores, clientes, funcionários, sócios e o governo.

O contexto acima mostra a importância de se realizar um estudo para tentar responder a seguinte questão: 1. Como se estabelece a gestão da ética na organização estudada? Partiu-se do pressuposto de que na empresa Côrte Real os gestores influenciam no comportamento ético dos colaboradores mediante ações específicas, por meio do incentivo do comportamento ético e mediante o desenvolvimento de normas organizacionais

Este estudo se justifica pelo interesse da autora por estar concluindo o curso de administração do Unipam e por tratar dessas questões aperfeiçoa seus conhecimentos acadêmicos e profissionais.

O objetivo geral deste estudo é analisar como se estabelece a aplicabilidade dos conceitos de ética na prática de uma organização e em suas relações com os seus públicos.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

A expressão ética procede do vocábulo grego *ethos/êthos*, cujo sentido

configura o ambiente em que nascem as ações ou a interioridade do homem (PEDRO, 2014). A ética é a ciência da moral, procedente do latim *mores*, que expressa “o conjunto de costumes, normas e regras de uma sociedade” (STUKART, 2003, p.14). Ética denota, então, “caráter distintivo, disposição, modo de ser adquirido, enquanto normas adquiridas por hábito” (SROUR, 2005, p.307). A ética pode ser percebida como “se referindo ao comportamento autônomo do indivíduo capaz de desejo, de forma que se julga que ‘a ética avalia então os costumes, aceita-os ou reprova-os’” (SOARES (2004, p.4). Por ter relação com o caráter da pessoa a ética se caracteriza como a construção intelectual formada pela mente humana, a moral, enquanto conhecimento teórico se encontra com as práticas morais no contexto histórico-social (FIGUEIREDO, 2008). A conduta ideal pode ser determinada mediante de um código de conduta, ou código de ética, subentendido ou explícito (ROCHA, SOUZA e CARETTA, 2016).

Como segmento da disciplina de Filosofia, a ética objetiva estudar as causas que norteiam a forma de agir do ser humano segundo os seus valores morais. Essa área envolve um campo bastante extenso, tendo inclusive aplicabilidade à vertente profissional, tanto que existem códigos de ética profissionais que orientam o comportamento da pessoa no domínio da sua profissão (MAIA, 2014).

A responsabilidade social é o *ethos* – ética peculiar a sociedade moderna. Esperam-se que as ações sejam fundamentadas em princípios éticos, de forma a corresponder a severos valores morais, segundo condutas cada vez mais integralmente aceitas como adequadas. (ASHLEY, 2005).

Empresas que priorizam a ética e tem clareza para lidar com os clientes são denominadas excelentes, e estas se pautam na “responsabilidade ética em relação à justiça social, proteção do meio ambiente, segurança do produto, tipo de marketing, subornos”. Mas, a empresa deve construir uma única ética, ou seja, alinhar a “mesma ética que seus funcionários, ser responsável por ações passadas e pelo cumprimento de leis e normais. Todas essas decisões, na empresa, contam com uma parte de decisões éticas” (STUKART, 2003, p.74).

A empresa não deve se preocupar apenas com as responsabilidades econômicas e legais, mas também com as responsabilidades éticas, morais e sociais. Essas responsabilidades referem-se às atividades, práticas, políticas e comportamentos esperados ou coibidos pela sociedade. Estas vinculam uma diversidade de regras, padrões ou probabilidades de condutas para atender aquilo que o público da empresa considera ser autêntico, lícito, adequado ou conforme os direitos morais ou expectativas. Os valores morais e as responsabilidades éticas se correspondem, ou seja, valores morais dizem respeito às crenças pessoais sobre comportamento eticamente correto ou incorreto, tanto por parte do próprio indivíduo quanto com relação aos outros (ASHLEY, 2005).

O sentido da ética se relaciona à moral e a cultura, bem como à responsabilidade social corporativa. Então, “a ética empresarial compreende princípios e padrões que orientam o comportamento no mundo dos negócios”. Baseado nisso, a empresa “responsável é aquela que, na busca por maximizar os efeitos positivos sobre a sociedade e minimizar os negativos, considera responsabilidades legais, econômicas, filantrópicas e éticas” (SERPA, 2006, p.6).

A função social da empresa acaba por conduzir à responsabilidade social.

Tanto que o artigo 165 da Constituição Federal, estabelece “a Carta de Responsabilidade Econômico-social e a obrigatoriedade do balanço social da empresa” (FERREIRA, 2007, p.83),

Além de se orientar para as atividades econômica e social as empresas devem também se preocupar com a ética. Isso devido a gama de informações que vêm sendo difundidas na sociedade, com isso inúmeras propostas de produtos e serviços colaboram para a liberdade econômica, contextos assim, podem exibir dificuldades em manter relações comerciais sinceras (FERREIRA, 2005).

Para assumir uma postura ética os gestores devem estar alerta para o todo da empresa, isso vão de encontro com princípios difundidos entre os seus colaboradores, vez que a sua integração informa a construção de projetos, de forma a substituir ideais individuais por ideais coletivos. Esse tipo de proposta propicia segurança aos seus integrantes e dissemina uma convicção de que a responsabilidade é fator fundamental no ambiente organizacional. Em outros termos, a ética da convicção é própria a ética da responsabilidade (ENRIQUEZ, 1997).

A ética organizacional pode ser entendida, então, como um conjunto de princípios e padrões morais que orientam o comportamento no mundo dos negócios. Ela pode ser definida como o comportamento da organização de acordo com os princípios morais e as regras éticas da coletividade. A responsabilidade ética da organização pode incluir aquilo que não é amparado pela lei, lembrando também, que o comportamento antiético por parte dos membros da organização pode afeta-la (ROCHA, SOUZA, e CARETTA, 2016).

O clima ético de uma organização é um componente da cultura organizacional que para ser implantado necessita de mudanças significativas na forma de proceder da organização, uma vez que as prescrições éticas devem ser observadas por todos os membros da organização, desde a cúpula, presidência e diretoria, até os empregados e prestadores de serviços, para tanto, as proscricções e permissões inerentes às obrigações morais precisam estar difundidas no ambiente corporativo (HUMBERG, 2008).

Antes dos Códigos de Ética, as empresas não se pautavam em uma declaração escrita, e sim pelos valores e crenças de seus donos e fundadores a respeito do comportamento esperado pelos funcionários. No entanto, atualmente, Códigos de Ética ou de Conduta são formulados e implantados por muitas empresas no Brasil, a fim de contribuir para uma melhoria da gestão e transparência das empresas (HUMBERG, 2008).

A cobrança por uma responsabilidade social e comportamento ético na esfera empresarial crescem cada vez mais, desse modo, os códigos de ética precisam ser eficazes ao comunicar tais preceitos. Estes códigos possibilitam que todos na organização estejam cientes do comprometimento da organização com o comportamento ético. É importante que todos compreendam quais comportamentos considerados éticos e os códigos de ética fornece por escrito as diretrizes para que os funcionários possam sigam. A alta gerência não deve se limitar a apoiar e difundir o código, pois é preciso também que coloque em prática suas prescrições, dando exemplo aos demais. Aconselha-se que código de ética seja desenvolvido por um comitê onde todos os grupos e níveis funcionais e gerenciais estejam representados

para que seja elaborado um plano viável para a implementação do código (WELL e SPINKS, 1998).

Em razão da complexidade das práticas empresariais e das exigências de eficiência, inovação e competitividade, as empresas têm se preocupado em divulgar os seus valores adotando um código de ética que direcione suas ações. Nesse sentido, o Código de Ética é utilizado para estabelecer um padrão de conduta a serem aplicadas dentro das atividades empresariais, padronizando e formalizando suas operações. Dessa forma, é possível evitar que julgamentos subjetivos prejudiquem a organização. Para que o código seja cumprido é importante que haja um treinamento de implantação e reciclagem dos conceitos constantes do Código; bem como que se crie um sistema que permita a revisão e verificação do efetivo cumprimento do mesmo (MONTEIRO, ESPIRÍTO SANTO e BONACINA, 2005).

Conforme Carraro (2018) conflitos éticos podem acarretar situações de difícil escolha e as ações de má-fé prejudicam a organizações. Disseminar a cultura organizacional ajuda a evitar ou reduzir esses conflitos, no entanto, trata-se de uma tarefa difícil, uma vez que cada colaborador carrega consigo suas crenças e valores, que muitas vezes podem estar em desarmonia com os valores da organização. Dessa forma, para que a cultura organizacional se estabeleça, são necessários investimentos constantes para que os departamentos de recursos humanos possam melhorar a gestão de comportamento por meio de suas ações.

Os gestores estão despertando para a necessidade de atuarem de forma ética, pois essa postura acarreta vantagens competitivas em razão da projeção de uma imagem positiva e do aumento da satisfação (ALMEIDA, 2007).

### **3 METODOLOGIA**

Foi utilizada uma pesquisa bibliográfica que utiliza publicações diversas, como livros, artigos, teses e dissertações referentes ao tema. Uma pesquisa descritiva objetiva descrever as características de algum acontecimento, de modo a formar possíveis relações entre variáveis (LAKATOS; MARCONI, 2001). Realizou-se um estudo de caso que “é circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como uma pessoa, uma empresa” (VERGARA, 1997, p. 47). A abordagem foi qualitativa este tipo de investigação não se direciona para tratamentos de dados estatísticos (GIL, 2008). A unidade de análise foi a empresa Côte Real situada em Patos de Minas (MG). Os dados foram coletados por meio de uma entrevista realizada com um dos proprietários da empresa em questão e foram apresentados por meio de textos junto a um confronto teórico, e interpretados pela análise de conteúdo que é conjunto de técnicas que estuda cada parte das comunicações, e usa métodos sistemáticos de descrição das mensagens (CAMPOS, 2004).

### **4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Para iniciar a entrevista primeiramente buscou-se saber a compreensão do entrevistado sobre o sentido da ética por si só, sem estar atrelada ao ambiente organizacional.

Ética tem a ver com a forma de comportamento de uma pessoa. Se a pessoa tem age de forma correta ela tem um comportamento ético. O comportamento quando não é ético é visto de forma desvalorizada pelas outras pessoas que prioriza condutas que não são lícitas (GESTOR, 2018).

A resposta do entrevistado vai de encontro com a teoria estudada pois conforme Pedro (2014), o sentido de ética pode ser configurado no ambiente em que nascem as ações ou a interioridade do homem. Este significado evoluiu para a habitação do ser, isto é, sua forma de atuar, tradições, atitude, forma de ser de um indivíduo.

De acordo com a resposta da pergunta anterior, buscou-se saber de que maneira o entrevistado aplica na sua organização o seu conceito particular sobre ética.

Em nossa empresa buscamos cultivar uma cultura de integridade, onde há o predomínio de transparência e a honestidade nas relações cultivadas entre os funcionários e o nosso público, particularmente considero ser este um componente fundamental para que qualquer empresa conquiste uma postura ética (GESTOR, 2018).

Para a empresa construir uma cultura voltada para ética, ela tende a ajustar e a estabelecer normas cotidianas, ações e valores culturais, que considera ser importante para a consolidação dos objetivos organizacionais.

Segundo Chiavenato (2006), o relacionamento das pessoas nas empresas, as atitudes predominantes, as aspirações e, a forma como os colaboradores interagem com as organizações, são aspectos que compõem a cultura organizacional.

E o clima ético de uma empresa é um componente da cultura organizacional que para ser implantado requer mudanças significativas na forma de gerir a organização, vez as determinações éticas devem ser lembradas por todos os componentes da organização, desde a cúpula, presidência e diretoria, até os funcionários e prestadores de serviços, para tanto, as permissões essenciais às obrigações morais devem estar difundidas no ambiente corporativo (HUMBERG, 2008). Para Siqueira (2008, p.41), a “ética empresarial é definida como um conjunto de regras, princípios e padrões que regem e orientam o comportamento da organização no mundo dos negócios”.

Buscou-se saber do entrevistado se em sua empresa haviam preconizados princípios formais ou informais de padrão ético.

Ainda não existe um padrão formal na empresa, ou melhor, um código de ética pré-estipulado. Acontece que a nossa empresa é relativamente nova, assumimos tudo no ano de 2014. E, eu acho que ainda existe muito o que fazer em termos de implementar a sua gestão. Apesar de que, eu acho que toda empresa tem a obrigação de priorizar em si um padrão ético, que seja ele informal, mas, ele tem que existir. É isso que fazemos aqui, a gente busca estabelecer entre toda a equipe de trabalho, tanto a de campo, quanto a interna, uma conduta ética na forma de entregar o serviço. Por mim, na prática, existem diferentes jeitos de formar e trabalhar no dia a dia com os princípios éticos. Uma forma que a gente prioriza aqui por exemplo, é se esforçar ao máximo para cumprir com aquilo que é prometido aos clientes, primeiro através de documentos escritos como é o caso dos contratos, depois é cumprir com o que está nos contratos direitinho, para que a sociedade acredite em nosso trabalho, isso em

termos de qualidade do serviço, transparência, pontualidade, isso pra mim, é honrar com o compromisso que significa exercer um comportamento ético (GESTOR, 2018)

A forma prática que o entrevistado expõe as suas considerações acaba por dialogar com as considerações teóricas de Siqueira (2008, p.41), para essa autora, a “ética empresarial é definida como um conjunto de regras, princípios e padrões que regem e orientam o comportamento da organização no mundo dos negócios”.

Quanto a ainda não haver na empresa um padrão ético formal, observou-se no estudo de Humbert (2008), que antes dos Códigos de Ética, as empresas não se pautavam em uma declaração escrita, e sim pelos valores e crenças de seus donos e fundadores sobre respeito do comportamento esperado pelos funcionários. No entanto, Códigos de Ética ou de Conduta são formulados e implantados por muitas empresas no Brasil, a fim de contribuir para uma melhoria da gestão e transparência das empresas (HUMBERG, 2008).

Benchimol (2015, p.3) ressalta o que um Código de Ética se apoia: “na união de três importantes pilares: prestação de serviços de qualidade aos nossos clientes; clima organizacional harmônico entre os colaboradores; e boa conduta empresarial tanto nos assuntos internos como perante a sociedade.”

Explicitou-se junto ao entrevistado que a comunicação interna bem administrada pode evitar inúmeros problemas, administrativos e/ou pessoais. Diante disso, buscou-se saber se a empresa usa divulgar internamente por qualquer método, noções de ética a seus colaboradores a título de prevenir situações constrangedoras no futuro.

Na nossa empresa a comunicação acontece por telefone com boa parte dos funcionários ao longo do dia, pois, a maioria da nossa equipe faz trabalhos externos. A gente conversa para enviar algum reforço de funcionário, material ou o que for necessário. Mas, para alinhar os serviços realizados com a gestão da empresa, a gente busca reunir as turmas e conversar sobre o que já feito, o que está sendo feito, e o que ainda resta para ser feito em determinado serviço. E conversa também sobre a previsão de serviços futuros para organizar e cumprir a agenda de atendimentos. Normalmente, a gente reúne antes da turma sair, “para aparar as arestas”, essa reunião pode ser na minha sala, ou na sala do café, o importante pra nós, é manter os nossos projetos alinhados e cumprir com a palavra com os clientes. Os funcionários internos a gente conversa sempre que se fizer necessário, rotineiramente, 'tete-a-tete', para alinhar as tarefas (GESTOR, 2018)

O fato de o gestor sentar para conversar com a sua equipe de funcionários externos e internos para alinhar as metas que estão sendo realizadas a curto, médio e longo prazos, é um ponto muito positivo e expressa o exercício diário de uma boa comunicação para atender aos objetivos traçados pela empresa.

Teixeira (2002) explica que para se alcançar sucesso na gestão do clima organizacional as empresas devem pensar em possíveis mecanismos específicos para ter oportunidade de ouvir a sua equipe de funcionários. Pois, não se recomenda limitar-se excepcionalmente aos contatos diretos entre chefes e subordinados sendo imprescindível, de tempos em tempos, promover novos espaços para estabelecer uma boa comunicação. O autor sugere alguns mecanismos para reforçar a comunicação como preparar cafés da manhã e almoços da alta administração junto aos

funcionários, visitas do presidente a todos os setores, criar canais acessíveis para estabelecer contatos diretos dos colaboradores com a alta administração, mas, cada empresa pode criar mecanismos conforme a sua cultura e realizada.

Robbins (2002, p. 297) deixa claro que, “a ideia da comunicação perfeita é inatingível.” Ainda assim, há uma relação favorável entre a produtividade da equipe de trabalho e a comunicação eficiente, que abrange aspectos como percepção de confiabilidade, acurácia, interação, receptividade dos gestores e pré-requisitos de informação precedente.

Segundo Maximiano (2008) a comunicação nas empresas depende da condição da comunicação pessoal. Caso os indivíduos estabeleçam uma comunicação eficaz, os processos empresariais também tendem a ser eficazes.

Partiu-se para compreender quais são as políticas adotadas para a gestão da conduta ética formal ou informal nos relacionamentos com os clientes externos utilizadas pela empresa. Caso não houvesse políticas a serem adotadas, buscou-se saber como são resolvidas as questões de atritos com clientes dentro de princípios éticos.

Assim como te disse anteriormente, ainda não existe um padrão formal na empresa, ou um código de ética pré-estipulado que considere também questões de atritos com clientes no âmbito dos princípios éticos. Mas, levamos muito a sério o nosso relacionamento com os nossos clientes. Ainda não temos histórico de atritos com clientes que exigisse uma postura ética para solucionar algum conflito. Por isso, que mesmo sendo informal, nós priorizamos e zelamos pelo bom atendimento ao cliente, pela pontualidade na entrega dos serviços nas datas pré-agendadas, pela prioridade em oferecer serviços bem feitos, e pela abertura que damos aos clientes para ser ouvido a todo tempo, diante de qualquer tipo de acontecimento. Pode ser que algum cliente tenha um perfil mais nervoso difícil de lidar, é mais exigente, e isso pode levar a situações que geram constrangimentos. Então, toda a empresa é lembrada constantemente da importância de saber lidar com esse público que requer cuidado e também é muito importante para manter a empresa viva. Para mim, isso significa praticar uma gestão baseada nos princípios éticos (GESTOR, 2018).

Ficou claro que a gestão a Côrte Real se preocupa em trabalhar com a ética em todos os sentidos quando na entrega dos serviços e ainda tenta no cotidiano a tentar evitar problemas com possíveis clientes com perfil mais complexos de lidar.

Conforme Stukart (2003, p.73), empresas que priorizam a ética e tem clareza para lidar com os clientes são denominadas excelentes, e estas se pautam na “responsabilidade ética em relação à justiça social, proteção do meio ambiente, segurança do produto, tipo de marketing, subornos”. Empresas que trabalham com a ética em todos os seus setores acabam por ter recompensas como manter a “consciência limpa, sem remorsos; paz de espírito e vida harmoniosa; nome respeitável; honra e apreciação pela sociedade; maior facilidade para suportar as vicissitudes da vida” (p.121).

Conversou-se com o entrevistado sobre a questão de a empresa Côrte Real, objeto de estudo em questão, considerar a ética como valor, de forma a buscar saber os motivos que levaram a essa conclusão. Como resposta, o entrevistado reforçou que a empresa tem costume de analisar as causas que geram conflitos éticos no ambiente de trabalho, como é o caso comentado do tipo de situação de alerta para os clientes



que requerem uma postura mais cautelosa. E, ao perguntar se a empresa foi prejudicada por uma falha ética no tratamento com seus clientes internos e/ou externos, o gestor respondeu que o seguinte:

Desde pequeno aprendi a trabalhar de forma “a não deixar rabo para ninguém pisar”, como empregado eu tinha esse cuidado, acho que vem de berço, meu pai era muito sistemático, era um homem de palavra, como se falava antigamente, também, eu tinha muito medo de passar vergonha, na frente dos outros, por não andar certo com os meus compromissos e com as responsabilidades que me davam para cumprir. Depois, como dono de empresa percebi que a responsabilidade é muito maior. Porque se a empresa sujar o seu nome com os clientes externos eles podem acabar com a imagem dela diante do mercado, podendo até fechar as portas por isso. E, com os clientes internos, ou funcionários, também não é diferente. Eles podem vestir a camisa da empresa e trabalhar a favor dela, mas, podem também denegrir a imagem dela diante de seus familiares, amigos e concorrência, por isso que falo, toda empresa seja grande ou pequena, independente do que mexe, tem que ser limpa, correta e honesta em todos os sentidos (GESTOR, 2018).

Observa-se nas palavras do entrevistado que o profissional que exerce a ética, a valoriza em todos os sentidos da vida e, no caso do entrevistado deste estudo, quando chegou na própria empresa já entendia o valor de se pautar em princípios éticos e sociais diante dos clientes internos e externos para ser possível se manter competitivo no mercado.

As considerações do entrevistado acabam por ir ao encontro com a percepção de Ashley (2005), para essa autora, a empresa não deve se preocupar apenas com as responsabilidades econômicas e legais, mas também com as responsabilidades éticas, morais e sociais. Essas responsabilidades referem-se às atividades, práticas, políticas e comportamentos esperados ou coibidos pela sociedade.

Perguntou-se ao entrevistado se ele poderia determinar pelo menos um ponto ético capaz de assegurar vantagem competitiva para a sua organização em relação a seus clientes. *“Pra mim, uma nenhuma empresa sobrevive se não tiver a ética de ser rígido para priorizar a entrega de um serviço conforme prometeu, com profissionalismo, qualidade e pontualidade” (GESTOR, 2018).*

Ashley (2005. p.5) defende que a ética “é sistematizada e corresponde a uma teoria de ação rigidamente estabelecida”. Havendo ainda um complemento dos valores morais no domínio da ética. Eis, então, a relação entre o exercício da ética organizacional e a vantagem competitiva.

Indagou-se ao entrevistados se a sua organização acreditava que pudesse haver uma relação entre ética e reputação corporativa.

Aos poucos a sociedade vem observando e defendendo as empresas que tem as suas imagens vinculadas aquilo que é politicamente correto, empresas que aderem a sustentabilidade socioambiental, por exemplo, que abraça causas sociais e ambientais são mais queridas pela sociedade, isso significa que não é só se preocupar com a rentabilidade e com o crescimento econômico é preciso que as empresas estejam mais próximas dos problemas e se unam em prol das causas mais emergentes, como saúde, fome, frio. As empresas devem ter uma visão solidária com os diversos ambientes da sociedade em que se encontra inserida, afinal é de boa parte dessa sociedade que elas se alimentam para manter-se de pé, não pode ficar preso só em

captar clientes e oferecer serviços, também é preciso ter uma gestão que participa da defesa de questões sociais (GESTOR, 2018).

Ficou bem claro na fala do entrevistado que as suas considerações defendem que as empresas devem voltar as suas atenções também para o homem e suas necessidades, sendo fundamental que elas também assumam, além disso, algum grau de responsabilidade em seu entorno.

Mas, Augusto (2009) ressalta em seu artigo sobre as dificuldades que a gestão da reputação corporativa tem que enfrentar, devido a conjuntura competitiva e das pressões da sociedade referente às posturas das organizações.

Conforme Serpa (2006, p. 6) o significado da ética tem relação com a moral, com a cultura e com a responsabilidade social corporativa. “A ética empresarial compreende princípios e padrões que orientam o comportamento no mundo dos negócios”.

Comentou-se com o entrevistado que conflitos sempre podem existir nas organizações, diante disso, questionou-se como o mesmo sugere ou administra a solução dessa questão dentro de princípios éticos.

Se a empresa anda correta com os seus direitos e obrigações fica mais fácil administrar os conflitos. O que não se pode é tentar resolver problemas sem estar amparado em bons princípios, isso é pedir para perder a razão. Se os ânimos se exaltarem, entre clientes e funcionários, o melhor a fazer, é parar, ouvir com a atenção e tentar compreender o motivo da exaltação. Talvez, pode se tratar de uma questão que requer um bom senso por parte da gestão e que sugira a implantação de novas formas de trabalhar. Não existe empresa que cria um modelo e vive uma vida inteira com ele, sem flexibilidade. Dentro dos princípios éticos todos merecem ser ouvidos e toda situação deve ser refletida calmamente e com o amparo da ética. Um diálogo justo é uma grande possibilidade para se chegar a um acordo (GESTOR, 2018)

As considerações do entrevistado sugerem que a ética empresarial são predicados hábeis a sinalizar ao empresário como atuar de forma correta, de forma a maximizar as ações positivas. Ferreira (2007) afirma que essa postura garante a permanência da empresa no mercado sobremaneira humanizada, menos patrimonializada e de forma equilibrada.

Um das questões importantes dentro do tema aqui estudado é a ferramenta de aferição da prática ética, por isso, perguntou-se ao entrevistado se existe na organização alguma ferramenta para aferir se a prática ética, por exemplo, uma pesquisa de clima organizacional com foco na ética, conforme o entrevistado esse tipo de pesquisa ainda não foi realizado na empresa.

Chiavenato (2005) esclarece que o clima organizacional tem muita ligação com o nível grau de motivação de seus coniventes. Em Chiavenato (2006, p. 125) constata-se que o clima organizacional refere-se, aos fatores ambientais que desencadeiam diferentes faces de motivação, ou seja, trata-se do “sumário do padrão total de experiências e valores de incentivos que existem em dado conjunto organizacional”. Por isso, é fundamental que a empresa realize pesquisas de clima organizacional periodicamente.

O entrevistado considera que a conduta ética determinada pelo mercado pode

exercer influência na estratégica da organização, conforme as suas palavras:

A sociedade vai se movimentando e construindo princípios éticos que acaba por ir construindo a forma de pensar e de agir da maioria das pessoas, eu acho que da mesma forma acontece com as empresas. O tempo vai passando e as ações da empresa vai se mostrando para o mercado, com isso, a sua conduta vai repercutir nos seus negócios, porque as pessoas estão de olho, naquilo que nos empresários fazem de certo ou de errado. O certo costuma ser pouco comentado, mas, numa cidade pequena igual a nossa, faz alguma coisa ilícita pra você ver o que acontece. A sociedade passa a te excluir, e com isso, a empresa pode ter as melhores estratégias, sem o apoio do mercado ela não vai chegar a lugar algum (GESTOR, 2018).

Tem-se aqui a oportunidade de se perceber a importância de se trabalhar com a ética nas empresas, pois, muitas são vantagens que o uso desta traz para as práticas organizacionais, uma delas é a credibilidade diante do mercado.

As palavras do entrevistado ajustam-se com o pensamento de Soares (2004, p.4), para essa autora, a ética se refere “ao comportamento autônomo do indivíduo capaz de desejo, de forma que se julga que ‘a ética avalia então os costumes, aceita-os ou reprova-os’”. A relação da ética e da moral é tomada “como referente ao comportamento normativo, em que as regras são definidas pela sociedade” (p.4-5).

Figueiredo (2008) também entende que por se relacionar com o caráter da pessoa a ética é vista como a ciência da moral, que se caracteriza como a construção intelectual desenvolvida pela mente humana, a moral, enquanto conhecimento teórico se encontra com as práticas morais no contexto histórico-social, em que também se encaixa e se caracteriza o comportamento das empresas.

Conforme o entrevistado, a empresa não conta com uma comunicação formal de suas ações éticas junto aos funcionários e ao seu público.

A nossa preocupação, ao menos no momento, não é mostrar por meio de alguma forma de propaganda para os funcionários e para a sociedade, que temos ações éticas, e o que a gente busca, é provar através dos serviços que prestamos, que trabalhamos com a ética. Os princípios éticos andam nessa empresa desde a contratação de um funcionário até o cumprimento na risca daquilo que a gente promete fazer quando fecha um negócio com um cliente. E assim nós vamos construindo a nossa imagem, de gente que busca trabalhar de forma a passar confiança, credibilidade e respeito (GESTOR, 2018)

A fala do entrevistado sugere que ele confia que se trabalhar corretamente, dentro e fora da empresa, a propaganda boca a boca entre os funcionários e clientes será a melhor forma de comunicar as suas ações éticas.

A sociedade espera que as ações empresariais sejam baseadas em princípios éticos, de modo a corresponder a severos valores morais, conforme condutas cada vez mais universalmente aceitas como adequadas. Além disso, é evidente “a preocupação com atitudes éticas e moralmente corretas que afetam todos os públicos/*stakeholders* envolvidos” (ASHLEY, 2005, p.7).

Eu acho que nenhuma situação deve ser analisada de forma precipitada, se a gente perceber uma situação em que um funcionário não esteja cumprindo com os princípios éticos da empresa, e diante de uma certeza e de provas incontestáveis, a única solução

é sentar esclarecer as evidências e providenciar o desligamento do colaborador da empresa. Ou o funcionário veste a camisa da empresa que garante todos os seus direitos ou ele não fará mais parte da equipe. Uma segunda chance neste caso poderia fazer com que a empresa perdesse a autonomia diante dos demais colaboradores (GESTOR, 2018).

Diante das considerações do entrevistado, nota-se que o mesmo é taxativo frente a questão em pauta. De fato, considera-se sempre importante analisar acontecimentos importantes que podem descumprir princípios éticos por parte dos colaboradores, para ser possível decidir medidas plausíveis de serem adotados para reprimir e/ou justapor penalidades. Cabendo ainda, caso seja necessário, providenciar meios para reparar danos sofridos pela empresa devido ao descumprimento das princípios previamente estabelecidos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo ora apresentado permitiu observar que apesar de a empresa Côrte Real ainda não adotar um documento formal de Código de ética e nunca ter realizado uma pesquisa de clima organizacional fundamentado nos princípios éticos com os seus clientes internos, a empresa revela grande estímulo com a aplicação da ética pela sua importância e para o equilíbrio da sua imagem organizacional. Sendo capaz de usufruir dos benefícios dos princípios éticos, devido a se apresentar como uma empresa sólida que se apresenta em franco desenvolvimento no seu mercado de atuação e que não encontra dificuldades para difundir princípios de uma gestão ética no meio organizacional.

Conclui-se que na Côrte Real a gestão da ética é uma prioridade da sua gestão, pois, os gestores exercem influências favoráveis ao comportamento ético em todas as ações da empresa e conta com os seus colaboradores que adotam posicionamento correto na execução de suas ações diárias. É fundamentado no incentivo do comportamento ético e mediante o desenvolvimento de normas organizacionais, que a empresa objetivo de estudo mantám as suas boas relações sociais e cumpre os seus compromissos assumidos junto a todos os seus stakeholders.

## REFERÊNCIAS

AUGUSTO, Eduardo. Os desafios da gestão da reputação corporativa. VII CONVIBRA ADMINISTRAÇÃO – CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO. 2009.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

ALMEIDA, Filipe Ribeiro de. Ética e desempenho social das organizações: um modelo teórico de análise dos fatores culturais e contextuais. **Rev. adm. contemp.** v.11 no.3 Curitiba July/Sept. 2007.

BENCHIMOL, Jaime. **Código de Ética**. 2015. p.1-44. Disponível em:

<[https://www.bemol.com.br/especial/etica/codigo\\_etica\\_bemol\\_web.pdf](https://www.bemol.com.br/especial/etica/codigo_etica_bemol_web.pdf)>. Acesso em: 24 de set. 2018.

CAMPOS, C. J. G. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Rev. Bras. Enferm. Brasília**, v.57,n.5, p.19-57, 2004.

CARRARO, Wendy Beatriz Witt Haddad, *et al.* A contabilidade gerencial agregando sucesso nas organizações. Capítulo 1: p. 9-27. IN: **Destaques da contabilidade gerencial**. Wendy Beatriz Witt Haddad Carraro; coordenado pelo SEAD/UFRGS. – dados eletrônicos. – Porto Alegre: Editora Da UFRGS, 2018. 166 p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos: fundamentos básicos**. São Paulo: Atlas, 2006.

ENRIQUEZ, Eugène. **Os desafios éticos nas organizações das empresas**. **Revista de Administração de empresas**. São Paulo, v.37, n.2, p.6-17.

FERREIRA, Jussara Suzi Assis Borges Nasser. **Função social e função ética da empresa**. **Revista Jurídica da Unifil**, Ano II, n. 2. 2007.

FIGUEIREDO, Antônio Macena. **Ética: origens e distinção da moral**. **Saúde, Ética & Justiça**. v. 13, n.1, p.1-9, 2008.

GIL, Antônio Carlos **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

HUMBERG, Mario Ernesto. **Ética organizacional e relações públicas**. **Ética e Comunicação nas Organizações**. v. 5, n. 8. 2008.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia de trabalho científico**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MAIA, Juliana Magano; e GODÓI, Roséli. **Ética e Moral**. **Revista Maiêutica - Curso de Ciências Contábeis**. v. 1, n. 1. 2014.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Introdução à administração**. São Paulo: Atlas, 2008.

MONTEIRO, Janine Kieling; ESPIRÍTO SANTO, Fabiana Cobas de; e BONACINA, Franciela. **Valores, Ética e Julgamento Moral: Um Estudo Exploratório em Empresas Familiares**. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v.18, p.2, p.237-246, 2005.

PEDRO, Ana Paula. **Ética, moral, axiologia e valores: confusões e ambiguidades em**

torno de um conceito comum. *kriterion*, Belo Horizonte, nº 130, dez./2014, p. 483-498.

ROCHA, Adilson Carlos da; SOUZA, Eloir Terezinha Aguiar de; e CARETTA, Gilberto Francisco. Comportamento ético organizacional: o caso de uma indústria do setor de alimentação animal. **REUNA**, Belo Horizonte - MG, Brasil, v.21, n.4, p.23-36, Out. Dez. 2016.

ROBBINS, Stephen Paul. 1943. **Comportamento Organizacional**. 9. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

SERPA, Daniela Abrantes Ferreira. Ética e responsabilidade social corporativa são realmente importantes? Um estudo com futuros e atuais gestores de empresas. **REAd** – Ed 54, v. 12, n. 6, p.642-662, nov-dez 2006.

SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias. **Medidas do Comportamento Organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão**. Porto Alegre : Artmed. 2008.

SOARES, Gianna Maira de Paula. Responsabilidade social corporativa: por uma boa causa **!?** **RAE electrónico.**, v.3, n.2 dez., 2004.

SROUR, Robert Henry. **Poder, cultura e ética nas organizações: o desafio das formas de gestão**. 13ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

STUKART, Herbert Lowe. **Ética e Corrupção**. Os benefícios da conduta ética na vida pessoal e empresarial São Paulo, Nobel – 2003.

TEIXEIRA, José Emídio. Clima Organizacional: empregados satisfeitos fazem bem aos negócios. Capítulo 36. p. 571/591. *In*: BOOG, Gustavo (coord.) e BOOG, Madalena. **Manual de Gestão de Pessoas e Equipes**. São Paulo: Gente, 2002.

WELLS, Barnon; e SPINKS, Nelda. **Ética, de cima para baixo**. HSM Management 7 março-abril, 1998.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios em administração**. São Paulo, 1997.