

FACULDADE DA ASSOCIAÇÃO BRASILENSE DE EDUCAÇÃO  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Emerson Rick Fagundes

ÉTICA NO TRABALHO: Um estudo sobre a percepção dos colaboradores do  
setor comercial de uma multinacional do setor metalúrgico sobre o  
comportamento ético organizacional.

Marau 2016

Emerson Rick Fagundes

ÉTICA NO TRABALHO: Um estudo sobre a percepção dos colaboradores do  
setor comercial de uma multinacional do setor metalúrgico sobre o  
comportamento ético organizacional.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade da Associação Brasileira de Educação, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, sob a orientação da Professora Claudia Piccolotto Concolato.

Marau 2016

F156e Fagundes, Emerson Rick

Ética no trabalho: um estudo sobre a percepção dos colaboradores do setor comercial de uma multinacional do setor metalúrgico sobre o comportamento ético organizacional. / Emerson Rick Fagundes. FABE, 2016.

47 f.; 30 cm.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Claudia Piccolotto Concolato  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) —  
Faculdade da Associação Brasileira de Educação , 2016.

Bibliografia: f. 43- 45.

1. Cultura organizacional - Ética. I. Título.

CDD – 658.406

Ficha catalográfica elaborada pelo bibliotecário Alvarito Baratieri – CRB-14<sup>o</sup>/273

Emerson Rick Fagundes

**ÉTICA NO TRABALHO: Um estudo sobre a percepção dos colaboradores do setor comercial de uma multinacional do setor metalúrgico sobre o comportamento ético organizacional.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade da Associação Brasileira de Educação, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, sob a orientação da Professora Claudia Piccolotto Concolato.

Banca Examinadora

---

Profa. Claudia Piccolotto Concolato

---

Profa. – Tatiana Gassen

---

Prof. – Leonardo Decesaro

Dedico este trabalho a minha família fonte  
da minha inspiração e dedicação....

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço especialmente a minha esposa Veridiana Milchareck da Silva pela compreensão e apoio, bem como minha mãe Edula Regina Fagundes, que sempre me incentivou a buscar desafios, agradeço também a FABE pelo ambiente criativo e amigável que proporciona, agradeço aos professores e mestres pela oportunidade da realização de um sonho, meus sinceros agradecimentos a todos, pois de alguma forma doaram um pouco de si para que a conclusão deste sonho se tornasse possível.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA .....	13
1.2 OBJETIVOS .....	14
<b>1.2.1 Geral .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2.2 Específicos .....</b>	<b>14</b>
1.3 JUSTIFICATIVA .....	14
<b>2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>17</b>
2.1 DEFINIÇÃO DE ÉTICA.....	17
2.2 ÉTICA COMO LIÇÃO .....	18
2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES DAS ORGANIZAÇÕES .....	19
2.4 ÉTICA COMO IDENTIDADE .....	20
2.5 ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	22
2.6 CÓDIGOS DE ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES .....	23
2.7 COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL.....	25
<b>3 ASPECTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>28</b>
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	28
<b>3.1.1 Natureza .....</b>	<b>28</b>
<b>3.1.2 Nível.....</b>	<b>29</b>
<b>3.1.3 Estratégia .....</b>	<b>29</b>
3.2 VARIÁVEIS ENVOLVIDAS NO ESTUDO .....	31
3.3 PARTICIPANTES .....	32
3.4 PROCESSO DE COLETA .....	33
3.5 PROCESSO DE ANÁLISE .....	34
<b>4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS .....</b>	<b>35</b>
4.1 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	36
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>42</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>44</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>47</b>

## RESUMO

Na atual velocidade dos negócios, a ética deixou de ser uma questão estritamente do indivíduo, passando a ser objeto de estudo nas organizações apesar de ser um tema controverso. A organização interage com a comunidade, ela não é um organismo isolado. A ética no ambiente de trabalho proporciona ao profissional um exercício diário e prazeroso de honestidade, comprometimento, confiabilidade, entre tantos outros, que vão conduzir o seu comportamento e tomada de decisões em suas atividades, a recompensa é ser reconhecido, não só pelo seu trabalho, mas também por sua conduta, pois a sua imagem será refletida em toda a história da organização bem como na sua carreira. Assim, esta pesquisa, caracterizou-se por um estudo de caso que teve como objetivo, verificar qual a percepção dos colaboradores do departamento de vendas de uma multinacional no setor metalúrgico sobre o comportamento ético organizacional. Como ferramenta utilizou-se a escala de percepção de comportamentos éticos organizacionais (EPCEO). A empresa pesquisada teve uma média geral de 3,06 que se traduz em uma empresa que preza pela boa ética com a gestão de seus sistemas, bem como respeita seus clientes, demonstrando um bom nível ético, mas com pontos a serem trabalhados como forma de melhorar a percepção, principalmente junto aos seus colaboradores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cultura empresarial. Ética. Gestão. Imagem.

## **ABSTRACT**

Given the current speed of businesses, ethics is no longer strictly a matter of the individual, it has become object of study in organizations in spite of being a controversial topic. The organization interacts with the community and it is not an isolated organism. Ethics on the work environment provides the professional a daily and joyful exercise of honesty, commitment, reliability, amongst others, that will lead to one's behavior and decision-making on ones activities. The reward is to be recognized not only by the job, but also for ones manners, because this image will be reflected on all the history of the organization as well as on ones career. This way, this research was characterized as a case study with the purpose of verifying what is the perception of employees from the sales department of a multinational company of the metallurgic industry about organizational ethical behavior. The scale of organizational ethical behavior perception (EPCEO) was used as a tool for the research. The researched company had an overall average of 3,06, which shows a company that worries about good ethics with the management of its systems, as well as respecting its clients, showing a good ethic level. However, there are some points that need to be worked on in order to improve the perception, especially with the employees.

**Keywords:** Business Culture. Ethics. Image. Management.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Apresenta as médias fatoriais globais obtidas para cada fator..... 37

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Denominações, definições, itens integrantes e índices de precisão dos fatores que compõem .....	35
Tabela 2: Consciência interna segundo o valor do índice de precisão .....	36
Tabela 3: Consciência interna segundo o valor do índice de precisão, fator 1.....	37
Tabela 4: Consciência interna segundo o valor do índice de precisão fator 2.....	39

## **1 INTRODUÇÃO**

Conforme a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (BRASIL, 1988, art. 1º inciso IV), o valor social do trabalho é colocado como um dos fundamentos do estado democrático de direito. É através do trabalho que o ser humano se torna útil à sociedade e provém sua subsistência, bem como sua liberdade e dignidade, a valorização do trabalho e a do próprio ser humano. Atualmente, a forma de emprego dominante é o trabalho assalariado, em que o empregado ou trabalhador estabelece um contrato com a sua entidade empregadora ou patronal, através do qual decidem o preço pelo qual será vendida a força de trabalho, bem como as condições mediante as quais irá ser prestado o respectivo trabalho.

As formas de trabalho evoluem e o perfil do profissional está cada vez mais exigente, além disso há a modernização tecnológica, gerencial, assim como a evolução de ordem econômica, são exigências e transformações impostas pelo mercado de trabalho. As estruturas das organizações modernas, do comportamento humano e das lideranças, impulsionam o monitoramento constante da organização. Neste sentido, alguns estudos demonstram que líderes morais são mais eficazes e dificilmente fogem as barreiras da ética, ou mesmo as gerenciam as de forma imperceptível, pois são muitos discretos.

Para Barbosa (2005), a ética é uma reflexão crítica sobre a moralidade, é um conjunto de princípios e disposições voltados para a ação, historicamente produzidos, cujo objetivo é balizar as ações humanas, podendo ser uma espécie de elo da sociedade. O ser ético é todo aquele que ajuda a melhorar o ambiente em que se vive e segue uma ordem social pré-estabelecida na sociedade. Nas organizações a questão da ética fornece uma base sólida, mas para tanto é importante que as pessoas envolvidas tenham sempre em mente o foco na missão, visão e valores da empresa, respeitando as pessoas, suas responsabilidades e atribuições, estando comprometido com a organização, sem esquecer do respeito à hierarquia, conhecer a si mesmo com muita vitalidade e foco em suas atribuições.

A temática deste estudo foi avaliar a percepção de ética nas atividades dos colaboradores do departamento de vendas de uma multinacional no setor metalúrgico. O relacionamento com os colaboradores é uma peça fundamental para a consolidação da

ética como cultura na organização, este relacionamento deve ser refletido desde a contratação, na permanência bem como no seu desligamento. As pessoas de uma maneira geral procuram empresas éticas para se espelhar e/ou buscar o sucesso profissional. Atualmente podemos notar pela mídia muitas condutas antiéticas, a maioria criminosas, praticadas no cotidiano das empresas, na política e em diferentes meios, as quais são aceitas com certa tranquilidade.

Para a pesquisa foi utilizado a escala de percepção de comportamentos éticos organizacionais (EPCEO), Gomide Júnior & Fernandes (2008). O tema tornou-se atraente em virtude do impacto que os resultados desse comportamento provocam no desempenho das organizações e dos trabalhadores. As empresas estão cada vez mais preocupadas com o comportamento ético perante a sociedade, além do que, os clientes estão mais exigentes e para conseguir mantê-los fieis as organizações necessitam cumprir o proposto, praticando a cidadania e a responsabilidade social, a fim de evitar conflitos, tanto internos quanto externos.

## 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

O trabalho evolui e a ética quase sempre é um assunto recorrente. Porém, o valor de uma conduta ética não é só esperado, mas exigido pela sociedade em que a organização está inserida. São exigências e transformações impostas pelo mercado. A conduta ética dentro das organizações vem para nortear ações dos negócios, bem como a compreensão das pessoas envolvidas, levando as empresas à excelência de produtos e serviços oferecidos à sociedade. Não é uma tarefa fácil, mas importante pois a falta de ética é um dos grandes problemas no cotidiano pessoal e profissional. Focar as ações éticas dentro das organizações e enfatizar a importância de condutas éticas do profissional tanto para a imagem da empresa quanto para o relacionamento e desempenho das equipes envolvidas na organização é uma forma de ajudar a organização a ter sua imagem perante a sociedade diferenciada.

A ética no ambiente de trabalho proporciona ao profissional um exercício diário de honestidade, comprometimento, confiabilidade, dentre tantas outras características, as quais conduzem o seu comportamento e tomada de decisões em suas atividades cotidianas. Suas ações interferem diretamente na imagem da empresa e vice-versa. A

recompensa pode ser reconhecimento, não só pelo seu trabalho, mas também por sua conduta, pois a sua imagem será refletida em toda a história da organização bem como na sua carreira. A partir disso, esta pesquisa pretende identificar a percepção dos colaboradores quanto ao conceito de ética na organização. Diante disso pergunta-se, qual a percepção dos colaboradores do departamento de vendas de uma multinacional no setor metalúrgico sobre o comportamento ético organizacional?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Geral

Verificar a percepção dos colaboradores do departamento de vendas de uma multinacional no setor metalúrgico sobre o comportamento ético organizacional.

### 1.2.2 Específicos

- a) Verificar a percepção dos colaboradores em relação ao comportamento ético quanto à gestão do sistema;
- b) Verificar a percepção dos colaboradores em relação ao comportamento ético quanto à orientação para o cliente.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Como a ética é o estudo do comportamento humano diante de preceitos em sociedade, como as pessoas não são homogêneas, mas de múltiplas ideias, interesses, significados e sentidos, deve-se buscar a diferenciação entre justo e injusto. Ética na vida dos homens, seja na profissão, na família, ou consigo mesmo, é imprescindível para que a sociedade possa alcançar seus objetivos de justiça, bem-estar, harmonização e desenvolvimento. A importância do monitoramento das questões éticas nas organizações é devido a frequentes queixas sobre a falta de ética em sociedade, na

política, na indústria e até mesmo nos meios esportivos, culturais e religiosos (MARIANO, 2013).

Verificar a percepção das questões éticas é uma ferramenta vital a fim de evitar desentendimentos e constrangimentos. Escuta-se a todo momento que empresas estão envolvidas em atos moralmente questionáveis e que, ao longo do tempo, se tornam até atos criminosos. Para que isso não se torne uma rotina dentro das organizações, seu monitoramento e entendimento necessita de uma constante avaliação, neste quesito este trabalho tem uma perspectiva de visualizar a percepção dos colaboradores da empresa pesquisada a esse respeito, pois não basta a empresa fazer bem ela precisa fazer “o bem”.

Em enquete realizada pela Revista Exame (2003), de forma virtual 747 internautas responderam a seguinte pergunta: "Como é a ética no seu trabalho?". Apenas 28,7% considerou a direção bastante ou extremamente ética. Embora menos de 10% dos leitores tenham dito que nunca observaram nenhum ato antiético no trabalho, a grande maioria (73%) jamais fez denúncia. Os principais motivos: a empresa não tem mecanismos de alerta (38,6% disseram isso), falta de provas (34,4%), medo de represálias do chefe (26,7%) e receio de ficar malvisto entre os colegas (21,2%). O comportamento ético representa um valor da sociedade moderna, mas existem falhas no comportamento ético dos indivíduos, das organizações e das sociedades.

Estas falhas são conhecidas e podem estar presentes nas organizações, sejam elas empresas, organizações não governamentais, ou até mesmo o próprio Estado. A temática ética está cada vez mais em evidência seja em programas das escolas, cursos de Administração, Economia e Direito e pode trazer importante contribuição. Há um entendimento do valor da reputação, as organizações tendem a preocupar-se crescentemente com o tema. Tanto as organizações privadas como os organismos públicos e as organizações não governamentais terão, então, a sinalização das vantagens a serem colhidas no longo prazo (ZYLBERSZTAJN, 2005).

Segundo Futrell (2003), uma das principais responsabilidades de uma empresa é a responsabilidade ética, ou seja, fazer o correto. Como as organizações são compostas por indivíduos e a moral e os valores éticos são conceitos individuais, essas pessoas ajudam a moldar a organização e o profissional de vendas sofre influência da organização em si. Como o setor de vendas lida com um nível de pressão por resultados

de forma mais contundente, é importante que as metas sejam realistas e monitoradas de forma a se manter um bom relacionamento comercial. Não há respostas certas ou erradas, pois, várias situações que envolvem posturas éticas podem surgir no trato com os clientes, cabe à empresa estabelecer os códigos de ética e monitorar a conduta de seus colaboradores. A importância de uma condução dos negócios de maneira ética pode ser representada ainda na rentabilidade, pois pesquisas sugerem que empresas socialmente responsáveis têm desempenho tão bom quanto e com frequência melhor, daquelas que não o são.

## 2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Neste capítulo será apresentada a revisão bibliográfica sobre o tema, com o intuito de fornecer subsídios ao atingimento dos objetivos propostos na pesquisa.

### 2.1 DEFINIÇÃO DE ÉTICA

Segundo o dicionário escola de filosofia, (Aires, 2003) ética é a ciência da conduta, dividida em duas concepções fundamentais: a primeira considera como a ciência do bem para a qual a conduta dos homens deve ser orientada e dos meios para atingir tal fim, deduzindo tanto o fim quanto os meios da natureza do homem; a segunda considera como a ciência do fundamento da conduta humana e procura determinar tal fundamento com o objetivo de dirigir ou disciplinar essa conduta.

Para BARBOSA (2005), a ética refere-se a disciplina que lida com o que é bom ou mau, e com dever moral e obrigação, conjunto de princípios morais ou valores, bem como da conduta que governam o indivíduo ou grupo. No contexto profissional as regras ou padrões que governam a conduta dos membros, qualidade moral de uma ação. Neste contexto as definições acima podem ser usadas em três níveis diferentes, com consequências distintas: sendo no nível um a ética pessoal refere-se à moral, nível dois valores e crenças do indivíduo encarregado da aplicação da lei, e nível três a ética pessoal, onde pode ser positiva ou negativa, influenciada por experiências, educação e treinamento.

A autora comenta ainda que a ética de grupo sofre pressão conflitante entre aceitá-la ou rejeitá-la, a ética de grupo não é necessariamente de uma qualidade moral melhor ou pior do que a ética pessoal do indivíduo, cabe aos responsáveis pela gestão das organizações a aplicação de regras e monitoramento de comportamento, não somente as atitudes e comportamento em termos de éticas pessoais, mas também em termos de ética de grupo. O aconselhamento, acompanhamento e revisão de desempenho são instrumentos importantes para essa finalidade.

O código de ética profissional é um conjunto de normas codificadas do comportamento dos praticantes de uma determinada profissão, que possuem código de

ética profissional com padrões relativamente parecidos em todos os países do mundo. Junto ao sistema das Nações Unidas, bem como ao do Conselho da Europa, desenvolveram-se instrumentos internacionais que tratam das questões de conduta ética e legal na aplicação da lei.

Para os administradores, segundo resolução normativa do CFA<sup>1</sup> nº 393, de 6 de dezembro de 2010, que aprovou o novo Código de Ética Profissional do Administrador, em seu Art. 1º dispõe: “O exercício da profissão de Administrador implica em compromisso moral com o indivíduo, cliente, a organização e com a sociedade, impondo deveres e responsabilidades indelegáveis”. Um profissional precisa ter conhecimento, liderança e dedicação. Além disso, precisa ter uma postura ética. E o Código de Ética do Profissional de Administração tem a missão de ser um guia orientador e estimulador de novos comportamentos que vão servir de parâmetros para a atuação do profissional em Administração (CFA, 2012).

## 2.2 ÉTICA COMO LIÇÃO

Tugendhat (2010), explana em sua obra “Dezoito lições sobre Ética”, sobre a importância da exposição do problema das questões éticas nas organizações, pois a questão da ética pressupõe uma reflexão sobre os valores do indivíduo em sua vida social. Para o autor, é preciso uma discussão sobre juízo moral e obrigação moral, também determinado pela essência do indivíduo, pois sentimentos morais constroem bases morais que podem ser compreendidas pelo grupo social que define o que é “bom” ou “mau”. A vida sem conceitos de moral talvez fosse mais simples, mas sem o conceito de moral seria bem difícil a confiança no indivíduo.

Em sua obra procura detalhar e explicar o que a palavra ‘bom’ expressa em um determinado juízo moral. Destaca a função das palavras ‘bom’ e ‘dever’ nas expressões morais, já que estas são possíveis através da linguagem. Sua pretensão é colocar alguma ordem onde não existe ordem. No caso da palavra ‘bom’, vários são seus significados, no que diz respeito aos juízos de valor. Ela pode expressar meio e fim. Quando preferimos algo que é ‘bom’ então podemos dar a ‘bom’ uma fundamentação. A ética

---

<sup>1</sup> Conselho Federal de Administração

deve fazer parte da missão, visão e valores das organizações, e essa informação deve ter uma comunicação clara para seus colaboradores e sociedade onde está inserida.

### 2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES DAS ORGANIZAÇÕES

Missão define o papel assumido pela organização na sociedade, ela deve responder o que a empresa ou a organização se propõe a fazer e para quem. O propósito é algo com muito mais significado do que a simples descrição do que é feito internamente, a missão retrata a verdade de que o resultado da empresa é maior do que a soma das partes do que é feito. A missão é tão ligada ao lucro quanto ao seu objetivo social ou ainda, toda missão deve orientar os objetivos financeiros, humanos e sociais da organização (CHIAVENATO, 2007).

A visão define o que a empresa pretende ser no futuro e os objetivos a alcançar, a visão pode ser percebida como a direção desejada, o caminho que se pretende percorrer, uma proposta do que a empresa deseja ser a médio e longo prazo e, ainda, de como ela espera ser vista por todos, a missão e visão funcionam como balizadores de toda a atividade humana na empresa e indicam como as pessoas podem contribuir para o sucesso da organização e de seu negócio.

Os valores são crenças e atitudes básicas que ajudam a definir o comportamento individual, que variam entre pessoas e empresas, muitas empresas hoje publicam seus códigos de ética, como no caso da empresa aqui estudada, a fim de deixar claro suas expectativas quanto à relação entre a empresa e a sociedade. Os códigos de ética costumam identificar os comportamentos esperados em termos de cidadania e atendimento às legislações vigentes, prevenção e combate a atos ilegais, ou seja, clareza absoluta nos negócios. Muitas organizações procuram manter padrões elevados de ético nas suas atividades cotidianas com a aplicação de treinamentos, desenvolvimentos de sua cultura, com apoio total da alta diretoria (CHIAVENATO, 2007).

Os valores são inicialmente herdados, principalmente porque chegamos a um mundo cultural com um sistema de significados já estabelecidos, que são avaliados como bons ou maus. Existem hoje diversos tipos de valores, mas vamos considerar aqui valores éticos e morais. Os conceitos de moral e ética, ainda que diferentes, são usados

como sinônimos. Moral vem do latim *mos, moris*, que significa “costume” e Ética vem do grego *ethos*, que tem o mesmo significado de “costume”. A moral é o conjunto das regras de conduta admitidas em determinada época ou por um grupo de pessoas. Ética ou filosofia moral é a parte da filosofia que se ocupa com a reflexão a respeito das noções e princípios que fundamentam a vida moral (COSTA 2012).

## 2.4 ÉTICA COMO IDENTIDADE

Para Vilela (2006), a formação pessoal e profissional se constitui em um componente cada vez mais valorizado. A ética pode ser entendida como um diferencial de identidade, entre o pessoal, o privado e o público, uma articulação para construção de sua identidade e personalidade profissional, transformações estas exigidas pelo mercado de trabalho em meio a estas frágeis fronteiras da ética. Está conectada ao ser e suas ações, através dela aprende-se a lidar com as normas sociais, políticas e morais. Do contrário o indivíduo deteriora-se e renuncia à princípios morais em detrimento de atitudes moralmente questionáveis.

No mesmo contexto a dimensão ética implica fundamentalmente em relações reflexivas de si para consigo, uma reflexão do motivo pelo qual o homem busca significado às suas ações. Ser ético é ajudar a melhorar o ambiente em que se vive tanto pela ordem social pré-estabelecida, e nas organizações, a questão da ética é um alicerce sólido para que as pessoas envolvidas tenham sempre em mente o foco na missão, visão e valores da empresa, respeitando as pessoas, suas responsabilidades e atribuições, e respeitando a hierarquia, foco em suas atribuições.

Assim como Vilela, Serrano (1996), afirma que a ética profissional e empresarial não se detém ao mero conhecimento ou mera descrição do objeto, da realidade social ou conduta humana. Ela além de pretender representar e explicar seu objeto por meio de conceitos e preposições, procura também o fazer mudar por meio de uma dada prescrição moral, princípios e normas morais que são aplicadas à vida em sociedade. De acordo com o autor devemos nos tornar justos praticando atos justos, e moderados. De fato, o homem não nasce justo, ele se torna justo praticando atos justos e moderados.

Entendendo a moral como um conjunto de normas e regras que se destinam a regular as relações dos indivíduos numa dada sociedade, há de ser considerado que seu

significado, função e validade variam no tempo e de forma histórica. É essa historicidade da moral que permite ao homem falar em moral da antiguidade, moral feudal e moral burguesa, moral protestante, moral católica, moral liberal ou moral socialista. Conforme aborda Barroco (2000), “a necessidade social da moral é fruto do processo de desenvolvimento da sociabilidade, seu espaço é o da cultura”.

O sujeito ético é aquele que sabe o que faz, conhece as causas e os fins de sua ação, o significado de suas intenções e de sua atitude, a essência de seus valores morais. A ética é um saber prático, o agente, a ação e a finalidade do agir são inseparáveis, como por exemplo dizer a verdade é uma virtude, ainda a vontade guiada pela razão. Está vontade racional é importante à deliberação e à escolha de uma virtude como condição presente em todas outras virtudes, destacando-se a prudência e a sabedoria. (CHAUI 2002).

Para Zoboli (2001) a ética das empresas vai se mostrando indispensável à capacidade gerencial e, conseqüentemente, à figura do executivo que pouco a pouco vai se tornando um personagem central do mundo social atual. O gestor é uma pessoa com claros objetivos que se propõe a alcançá-los através do desenvolvimento de grande habilidade para imaginar e criar meios que permitam isto. De comportamento proativo, criativo e com capacidade inovadora não se prende a soluções já conhecidas, mas com instinto de adaptação, imagina possibilidades e estratégias novas, sempre no marco da negociação. Para o entendimento dos processos de tomada de decisão é imprescindível a compreensão das finalidades da organização.

Segundo o professor Sérgio Volk (2004), as pessoas são levadas a praticar a ética se foram acostumadas com ela desde os primeiros momentos de suas vidas, os pais são os primeiros contatos delas com o mundo, e assim o comportamento que percebem nos adultos irá direcionar seu próprio comportamento, por isso é recomendável que as organizações procurem reduzir os riscos de atos duvidosos e poucos éticos, dando oportunidade a seus colaboradores para conhecer a cultura da empresa desde a admissão na empresa, com treinamentos e monitoramento constante. A ética precisa ser aplicada e debatida de forma permanente, a fim de formalizar uma identidade junto às pessoas, pois as pessoas que trabalham na organização vão representá-la no mercado, bem como a alta direção deve ter esta consciência a fim de transmitir aos seus colaboradores.

Neste sentido Zoboli (2001), menciona que a educação e a preocupação com um atuar eticamente correto deverão formar parte do desenvolvimento da organização,

contribui para a boa imagem da empresa, pois nenhuma das grandes e excelentes companhias distingue-se pela falta de princípios éticos, mas pela qualidade do produto que colocam à disposição do mercado. As empresas têm uma imagem a resguardar, patrimônio essencial para a continuidade do próprio negócio. A imagem da empresa não pode ser desprezada ou reduzida a simples peça publicitária uma vez que ela representa um ativo econômico sensível, a credibilidade que inspira. Estas organizações expressam as reais funções e os objetivos da introdução da preocupação com a ética no mundo dos negócios, não por modismos, mas por uma busca de identidade como organização.

## 2.5 ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Tem-se discutido com muita frequência sobre ética, valores morais e culturais, a responsabilidade social é uma exigência básica à atitude e ao comportamento ético. Através de práticas que demonstrem que a empresa possui uma alma, cuja preservação implica solidariedade e compromisso social, pois sua imagem institucional é um patrimônio, e a aceitação pública de sua atuação e propostas, são seus ativos intangíveis, a força que garante o sucesso e a sobrevivência da organização. Uma das ferramentas que apoiam as ações empresariais vem sendo o voluntariado, vem crescendo o apoio efetivo das empresas ao engajamento de suas equipes em projetos e obras sociais. A ética como responsabilidade social deve ser uma filosofia prática na empresa, significa não ao individualismo ao totalitarismo e a centralização do poder. (MATOS 2011).

Para Kroetz (2000), a ética e a responsabilidade social nas organizações são um conjunto de ações que leva em conta a economia global, a importância da liderança ética nas empresas e no aumento da responsabilidade na tomada de decisão, pois não haverá sociedade ética se todos, principalmente as empresas, não se comportarem de maneira ética. Caso a empresa tenha falta de credibilidade, nada que seja informado será visto com bons olhos perante a sociedade civil. A ética nos negócios é o comprometimento espontâneo e permanente de uma organização, contribuindo para o desenvolvimento econômico, em sincronia com atitudes sustentáveis e a melhora da qualidade de vida de seus colaboradores e familiares, da comunidade local e da sociedade como um todo.

A ideia de responsabilidade social no ambiente empresarial é relativamente recente, muito pelas mudanças sociais e econômicas, que vem acontecendo ao longo dos

anos, nesse sentido podemos citar a quebra do paradigma fordista de trabalho e o avanço científico e tecnológico. As empresas acostumadas à mera e exclusiva lucratividade em detrimento ao homem e ao meio ambiente, foram coagidas a adotar uma postura mais responsável em suas ações. Quando as pessoas acreditam na fidelidade da empresa na qual trabalham, tendem a dar o seu melhor na hora de realizar tarefas. Motivados, esses funcionários passam a desempenhar suas funções em um nível mais elevado. Neste sentido o código de ética é a base de sustentabilidade moral e o alicerce ético que deve orientar e conduzir a gestão e as ações de empresas socialmente responsáveis, (CANANÉA & DIAS, 2010).

## 2.6 CÓDIGOS DE ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES

De acordo com a Lei n.º. 12.846/2013 que dispõe sobre a Anticorrupção, na esfera administrativa a existência de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e à aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta no âmbito da pessoa jurídica. Está lei se aplica em sociedades empresárias e sociedades simples, fundações, associações, ou sociedades estrangeiras, que tenham sede, filial ou representação no território brasileiro e pessoas físicas como dirigentes, administradores ou qualquer pessoa autora, coautora ou participe do ato ilícito, de responsabilidade objetiva, nas esferas civil e administrativa. Nas hipóteses de fusão e incorporação, a responsabilidade será restrita ao pagamento de multa até o limite do patrimônio transferido.

Abreu (2012), afirma que o código de ética nas organizações é a declaração formal que serve para orientar as ações de seus colaboradores e explicitar a postura da empresa diante da sociedade em que está inserida. Além disso, é necessário que o código de ética desenvolva um conteúdo de clareza e objetividade, facilitando a compreensão de todos, pois é um documento que serve de parâmetro comportamental, tornando claras as responsabilidades de cada indivíduo. No código de ética são abordados tópicos como respeito às leis do país, conflitos de interesse, proteção do patrimônio da instituição, transparência nas comunicações internas e com os *stakeholders* da organização, denúncia, prática de suborno e corrupção em geral. Além disso, o código de ética faz referência à participação da empresa na comunidade, dando diretrizes sobre as relações com sindicatos, governo e outros órgãos públicos.

Segundo Abramo (2000), a simples divulgação de um documento que contenha princípios de conduta não é suficiente para garantir que eles sejam, de fato, seguidos por todos. Implantar efetivamente um Código de Ética numa empresa implica intervenções em todas as suas esferas de relacionamento, para ser bem-sucedido na implantação de um Código de Ética é necessário desencadear um conjunto de ações concretas, relacionadas ao mais difícil de todos os terrenos: o comportamento das pessoas. Uma empresa é uma comunidade social que apresenta uma característica muito importante, a hierarquia, cujo poder decisório está nas mãos de seus administradores. Isto significa que o comportamento das pessoas que trabalham na empresa é, em grande medida, influenciado pelas determinações e pelo exemplo da alta hierarquia.

As empresas precisam ter a consciência que, ao implantar o código de ética, todos os membros da organização, partindo dos administradores até o mais novo funcionário, precisam segui-lo, adotando, assim, posturas de condutas éticas e seguindo os procedimentos nele estabelecidos. Uma das vantagens de sua implantação é o fortalecimento da imagem bem como expressar um entendimento sobre as condutas da empresa, frente aos seus relacionamentos de negócios e coibir os atos antiéticos. Deve haver, também, coerência entre os princípios do Código de Ética e as ações da empresa, pois de nada adianta formalizar o Código de Ética através de um relatório e guardá-lo na gaveta sem que suas ações estabelecidas não sejam praticadas. A organização deve ter como compromisso fazer valer os princípios estabelecidos em práticas concretas em seu cotidiano empresarial, profissional e social, (VAZ, 2010).

Dessa maneira é importante cultivar as qualidades que torna alguém um bom ser humano ou um bom profissional, governante, professor, empresário e cidadão etc., implica em ser justo, equilibrado e moralmente responsável. Nas últimas décadas, o ensino da ética ganhou mais espaço e vem se destacando pois, faz parte da realidade dos negócios hoje. Segundo Arruda (2006), no Brasil, a Escola Superior de Administração (ESAN), a primeira faculdade de administração do país, desde sua fundação, privilegiou o ensino da ética em seus cursos de graduação. O Brasil empreende esforços no sentido de buscar uma cooperação centrada nos aspectos éticos, direcionando as ações de educação e a formação profissional a fim de tornar o homem capaz de discernir as diretrizes éticas e a condução na sociedade.

## 2.7 COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

Toda empresa precisa de uma pessoa que tenha a habilidade de acompanhar, motivar e gerir equipes de uma maneira eficaz, pois não basta elaborar Códigos de Ética é necessário sua implantação e acompanhamento. Administrar, gerir e conduzir pessoas, profissionais e organizações não é uma tarefa fácil, exige disciplina, desenvolvimento de algumas habilidades fundamentais, foco e comprometimento. A busca por líderes qualificados é uma ferramenta que ajudará neste processo, pois toda empresa precisa de uma pessoa que tenha a habilidade de acompanhar, motivar e gerir equipes de uma maneira eficaz, esta pessoa é o líder.

O líder conduz as pessoas para que elas assumam posturas éticas em sua atuação profissional, principalmente pelo fato da sustentabilidade organizacional, pois, na tomada de decisão seus princípios e valores éticos serão expostos, neste ponto é crucial a questão da cultura ética. Para obter resultados sem prejudicar nenhuma outra pessoa ou organização, a mesma deve seguir princípios universais de posicionamento ético, como (ARRUDA 2006):

- a) Ser honesto em qualquer situação, visto que a honestidade é o fundamento principal de uma relação de confiança e credibilidade;
- b) Ter coragem para assumir as decisões, principalmente quando for preciso agir de forma impopular;
- c) Ser tolerante e flexível com as pessoas. As soluções para os problemas organizacionais são facilmente descobertas quando há gestores que escutam seus liderados e avaliam situações sem pré-julgamentos;
- d) Ser íntegro. Trata-se de agir baseado nos seus princípios, mesmo que isto provoque prejuízos em curto prazo;
- e) Ser humilde. Ouvir as ideias dos outros, repartir o sucesso com a equipe e reconhecer suas próprias falhas, são algumas das ações práticas de alguém que exerce a humildade.

Comportamento ético vai além do tratamento da empresa com seus clientes, o próprio processo seletivo pode contribuir para a solidez da cultura ética. Nesta fase, um bom sistema de avaliação de candidatos é importante, pois a solidez da ética vai

depende da nossa forma de agir perante as situações que vão de encontro com o Código de Ética da organização, neste sentido a participação do líder como influência é vital.

Para Abreu (2012), a conduta das pessoas é uma ponderação importante, principalmente aquelas que vão preparar os profissionais para o mercado. As diversas transformações culturais nos últimos tempos, influenciam mudanças sociais eminentes do processo de globalização. Considerando que as pessoas passam mais tempo em seus ambientes de trabalho, a maneira como se comportam nestes ambientes acaba por influenciá-los em seu cotidiano. De modo que se cada pessoa se direciona com respeito e atitudes virtuosas, a sociedade acaba por se tornar a maior beneficiária, neste sentido então conceituamos que a moderação nos leva a uma conduta ética que pode servir como base sólida na construção da essência humana que se traduz em valores éticos e morais.

A ética e o comportamento organizacional têm se mostrado grandes aliados no que tange a estratégias administrativas. Isso devido a que as interações humanas atualmente são valorizadas e consideradas partes essenciais na composição de elementos competitivos. No mercado atual, interconectado se exige mais que bons produtos ou serviços, se exige bom atendimento a clientes, colaboradores e fornecedores, bem como cuidados com o meio ambiente e com a comunidade local e, mesmo diante da acirrada concorrência, as organizações necessitam apresentar uma postura ética perante a sociedade. Comportamento Organizacional é uma peça fundamental, pois deve-se investigar o impacto que os indivíduos e os grupos sociais tem no meio social, com o propósito de utilizar esse conhecimento para promover a melhoria da eficácia organizacional. (COSTA 2012).

Para Bowditch & Buono (2013), este tema é um dos mais difíceis, pois trata de pontos como: motivação, confiança nos relacionamentos, contratos psicológicos, influência e persuasão, estabelecimento de metas e modificação de comportamentos. A aplicação de conceitos de avaliação de comportamento, avaliações de desempenho, sistemas de controle e de recompensa, bem como questões ligadas as estruturas e liderança influenciam as questões de cunho ético. Os líderes em seu cotidiano tem, muitas vezes, de tomar decisões difíceis, e para que não fujam do conceito ético da organização, esta deve orientar e dar significado moral aos atos pessoais na organização. A avaliação sistemática, orientada por valores, traz um significado moral dos atos pessoais e da organização e das respectivas consequências para outras pessoas e sociedade.

Nossas ações deveriam ser pautadas pela escola dos princípios universais, que se baseia na existência de valores válidos em qualquer cultura e situação como a honestidade, a equidade, a justiça, o respeito, a liberdade de consciência, o direito à segurança e o de propriedade. Sob este enfoque, os princípios tornam-se mais importantes do que suas consequências, se uma ação ou decisão viola um desses princípios ela é antiética, mesmo que não prejudique ninguém. Para uma empresa ter um dever ético ela deve primar pelo respeito público, dos empregados, dos fornecedores, e dos consumidores, confiança em seus produtos, estas atitudes ajudarão a reter talentos, fornecedores e principalmente clientes. É um trabalho de pensamento a longo prazo, sem necessidade de “apelar” para ações antiéticas para assegurar sua sobrevivência, (LACOMBE, 2012).

Segundo Costa (2012), o estudo do comportamento organizacional investiga o impacto que indivíduos, grupos e a estrutura têm sobre o comportamento dentro das organizações, com o propósito de utilizar esse conhecimento para promover a melhoria da eficácia organizacional, neste ponto a ética se mostra aliada nas estratégias administrativas, diante da acirrada concorrência, exige do grupo coesão e consenso na tomada de decisões e no modo de gerir pessoas e desenvolver produtos, pois além de valores financeiros, os valores morais de um grupo ou organização definem o que é ser ético para si e as organizações necessitam apresentar uma postura ética perante a sociedade.

### **3 ASPECTOS METODOLÓGICOS**

O presente capítulo tem por objetivo, descrever os aspectos metodológicos que foram utilizados para a realização da pesquisa, com intuito de agregar maior conhecimento sobre o contexto do estudo.

#### **3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA**

Para Roesch (2005), não há um método mais apropriado para qualquer projeto, mas espera-se coerência da formulação do problema, com os objetivos do estudo. O estudo com característica descritiva tem como premissa a obtenção de informações sobre determinada população, a respeito de certa opinião e/ou características em determinados eventos, onde tudo que pode ser mensurado em números é classificado e analisado, utilizando-se de técnicas estatísticas. A seguir descreve-se o delineamento do presente estudo.

##### **3.1.1 Natureza**

Quanto à natureza da pesquisa, está se caracteriza como uma pesquisa quantitativa. O processo descritivo visa à identificação, registro e análise das características, fatores ou variáveis que se relacionam com o fenômeno ou processo. Este tipo de pesquisa não tem como premissa dar respostas a determinadas ações ou causas, mas sim a busca de informações a tomada de ação e planejamento, (ROESCH, 2005).

Segundo Richardson (2012), a pesquisa quantitativa caracteriza-se pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento dessas através de técnicas estatísticas, desde as mais simples até as mais complexas. Este método é frequentemente aplicado nos estudos descritivos, ou seja, aqueles que procuram descobrir e classificar a relação entre variáveis, bem como nos que investigam a relação de causalidade entre fenômenos.

Também, entre os tipos de estudos quantitativos, segundo Diehl (2004) pode-se citar os de correlação de variáveis ou descritivos, os quais por meio de técnicas estatísticas procuram explicar seu grau de relação e o modo como estão operando, os estudos comparativos causais e os estudos experimentais. A pesquisa quantitativa utiliza-se números ou quantidades para esmiuçar dados e informações, utilizando a matemática e a estatística para traduzir fatos de forma objetiva, obedecendo as margens de erros adequadas para a situação.

### **3.1.2 Nível**

Quanto ao nível desta pesquisa, a mesma se caracterizou pelo uso da pesquisa descritiva, que objetiva descrever características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relação entre as variáveis.

Segundo Gil (2006), a pesquisa descritiva tem como por objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo relação entre variáveis. Os estudos destes números são classificados através de técnicas padronizadas de coleta de dados, estas pesquisas têm como premissa identificar as associações entre essas inter-relações, proporcionando uma nova visão sobre os problemas.

### **3.1.3 Estratégia**

A estratégia do método utilizado para esta pesquisa é baseada na coleta de dados primários, através de instrumentos estruturados, ou seja, questionário, aplicados a uma amostra de determinada população e elaborada com o intuito de obter determinadas informações dos entrevistados, assim denominado pesquisa *survey*. Como o método *Survey* é um método de coleta de informações diretamente de pessoas a respeito de suas ideias, sentimentos, planos e de fundo social, educacional e financeiro, a coleta é feita através de questionários, aplicados no público alvo escolhido para realização da pesquisa. Freitas et al. (2000) diz que o método utiliza um instrumento predefinido, que é o questionário, para obter descrições quantitativas de uma população.

O questionário é um instrumento de pesquisa construído por uma série de questões sobre determinado tema, este é apresentado aos participantes da pesquisa os respondentes e estas respostas são transformadas em estatísticas. É a maneira mais fácil e certa de obter informação e de estabelecer comunicação entre as pessoas, bem como buscar opinião do público sobre determinados assuntos, seja político, econômico ou social. Questionários bem feitos produzem informações valiosas para estudos focados em aumentar a eficiência nas organizações, o conhecimento não avança apenas por meio de grandes descobertas, mas também por pequenas contribuições e algum aprimoramento no que já foi feito, (VIERA, 2009).

Por meio do instrumento desenvolvido por Gomide Júnior & Fernandes na obra, *Medidas do Comportamento Organizacional, desenvolvido por Maria M. Siqueira Mirlene e colaboradores (2008)*, buscou-se verificar a percepção de funcionários com relação ao comportamento ético organizacional, utilizando para tanto, da Escala de Percepção de Comportamentos Éticos Organizacionais (EPCEO). A EPCEO é uma escala multidimensional, composta por dois fatores, construída e validada com o objetivo de avaliar a percepção do trabalhador sobre várias dimensões do comportamento ético organizacional.

Por ser a EPCEO uma escala composta por dois fatores, seus resultados devem ser apurados por fator. Portanto, se terá um resultado (ou média fatorial) para cada um dos fatores, o que é feito somando-se os valores marcados pelos respondentes em cada item de cada fator e dividindo-se o total pelo número de itens. Por exemplo, para o Fator 1, Gestão do Sistema, somam-se os valores das respostas aos itens e divide-se o resultado por 15. Para o Fator 2, Orientação para o cliente, divide-se por 5. Depois, somam-se as médias de cada respondente em cada fator e divide-se pelo número de respondentes e assim sucessivamente. Os resultados das médias fatoriais deverão ser sempre um número entre 1 e 4, que é a amplitude da escala de respostas.

Segundo os autores, a interpretação dos escores fatoriais médios deve considerar quanto maior for o valor obtido, maior é a percepção do respondente de que sua organização apresenta comportamentos éticos quanto ao aspecto contemplado pelo fator (Gestão do sistema ou Orientação para o cliente). Assim, médias fatoriais ou menores que 2,0 tenderiam a indicar que o empregado não percebe comportamentos éticos conforme enunciado pelo fator, médias iguais ou maiores que 3,0 tenderiam a indicar que o empregado percebe o comportamento ético enunciado, enquanto médias entre 2,1

e 2,9 tenderiam a indicar uma dúvida quando à presença dos comportamentos éticos enunciados pelo fator.

### 3.2 VARIÁVEIS ENVOLVIDAS NO ESTUDO

Segundo Tiboni (2010), as variáveis são características que podem ser observadas ou medidas em cada elemento da população, ou ainda, é um conjunto de resultados possíveis de um fenômeno, estas variáveis no caso de uma empresa podem ser: tempo de serviço, idade, estado civil etc. Variáveis estas que podem ser qualitativas, quando é feita uma pergunta na pesquisa e a resposta é expressa através de palavras, ou ainda quantitativa quando a resposta é expressa em valores numéricos. Variável é uma propriedade à qual se atribui valor suscetível de alteração em caso específico e em situações particulares que ocorrem ao longo de uma pesquisa. Todas as variáveis que interferem no objeto que estará sendo estudado deverão ser controladas para não comprometer ou invalidar a pesquisa.

Definem-se variáveis quaisquer eventos, situações, comportamentos ou características individuais que assumem pelo menos valores discriminativos. Dentro desta ótica a pesquisa tem como propósito buscar informações quanto à percepção dos colaboradores do setor de vendas no contexto da ética dentro da organização em seu dia a dia, quanto a verificar a percepção dos colaboradores em relação ao comportamento ético quanto à gestão do sistema, bem como a percepção dos colaboradores em relação ao comportamento ético quanto à orientação para o cliente. Assim, de acordo com o EPCEO definiu-se como variáveis desse estudo:

- a) Qualidade no trabalho e respeito no trato interpessoal;
- b) Valores de igualdade de oportunidade e tratamento não-discriminatório;
- c) Importância do cliente;
- d) Respeito pelos prazos;
- e) Confiabilidade, credibilidade e estabilidade de normas e objetivos;
- f) Capacitação e autodesenvolvimento;
- g) Comprometimento com normas sociais e integração com a comunidade.

### 3.3 PARTICIPANTES

Para esta pesquisa, a estratégia focou-se num estudo da população do departamento de vendas que atualmente conta com 50 (cinquenta) vendedores de uma empresa do setor metalúrgico do Estado de São Paulo, a qual possui 250 (duzentos e cinquenta) colaboradores em seu quadro funcional no Brasil.

Sendo uma empresa líder no fornecimento de soluções para sistemas a vapor, geralmente tem seu nome em mente em primeiro lugar, em todo o mundo, quando engenheiros pensam em "vapor". Isto ocorre por causa da reputação em um século de experiência e presença global com mais de 1.300 engenheiros dedicados na indústria em 34 países diferentes. A empresa considera-se comprometida em ajudar a melhorar o desempenho das empresas, cumprir com a legislação, satisfazer os objetivos ambientais e ficar à frente da concorrência.

Sendo assim, segundo Roesch (2005), um censo, o qual é definido como a aferição de características específicas de um universo de objetos físicos e sociais, verificadas em todas as unidades ou elementos que compõem tal universo ou população, mais comumente aplicado para fazer referência à população de pessoas, caracterizado como um conjunto de procedimentos operacionais com o objetivo de coletar, sistematizar e divulgar dados em um momento ou vários momentos específicos.

De acordo com os procedimentos descritos no método, a pesquisa que foi realizada de 10 de setembro a 12 de outubro do corrente ano, foi enviada via e-mail para a população do departamento de vendas da empresa pesquisada. Dos 50 (cinquenta) questionários enviados, foram respondidos 40 (quarenta), que representa 80% de respondentes. Após o período de resposta dos questionários os dados obtidos foram analisados com estatística descritiva e para facilitar a visualização dos dados obtidos nas respostas, foram gerados gráficos e tabelas com *software Microsoft Excel*, que é um editor de planilhas com interface intuitiva e com ferramentas de cálculo, construção de gráficos e tabelas.

### 3.4 PROCESSO DE COLETA

Os dados foram coletados através de aplicação de questionário, desenvolvido pelo sistema *google* formulários e enviado de forma individual para cada participante via *e-mail* com um *link* direcionado para a pesquisa. A aplicação da pesquisa deu-se no mês de setembro de 2016, a primeira etapa foi o envio, com reforço na solicitação todas as sextas-feiras, oportunizando assim quem não havia respondido ainda que pudesse fazê-lo. O questionário foi respondido de forma anônima, após o entrevistado marcar as respostas em sua conclusão, o mesmo foi enviado ao pesquisador de forma automática.

O questionário utilizado nesta pesquisa foi baseado no modelo validado da Escala de Percepção de Comportamento Ético Organizacionais (EPCEO), conforme exposto no apêndice A.

Das 20 questões do questionário foram utilizadas 15 (quinze) que mais se adequavam aos objetivos deste estudo. Ainda, foram incluídas outras 5 (cinco) questões elaboradas a partir do referencial teórico e atendendo às variáveis deste estudo. Questões números (16, 17,18,19, e 20). Questões validadas pelos professores Mestres Marlon Cucchi e José Preto. Além disso foi feito um pré-teste com 4(quatro) colegas do pesquisador, alunos do curso de administração do oitavo nível a fim de analisar a compreensão das questões.

A escala utilizada na pesquisa é a *likert*, que é composta por um conjunto de frases em relação a cada uma das quais se pede ao sujeito que está a ser avaliado para manifestar o grau de concordância desde o discordo totalmente, até ao concordo totalmente. Mede-se a atitude do sujeito somando, ou calculando a média, é uma apresentação de um método simples de atribuir *scores* em escalas de atitude, O modelo mais utilizado e debatido entre os pesquisadores foi desenvolvido por Rensis Likert, em (1932) para mensurar atitudes no contexto das ciências comportamentais. A escala de verificação de *Likert* consiste em construir e desenvolver um conjunto de afirmações relacionadas à sua definição, para as quais os respondentes emitirão seu grau de concordância (MATTAR 2014).

### 3.5 PROCESSO DE ANÁLISE

A análise de dados foi realizada com procedimentos descritivos, com base em 4(quatro) frases que traduzem o que o colaborador pensa do seu trabalho e sobre a organização, onde o respondente marca sua resposta. Após o questionário ter sido totalmente respondido, e obtido os dados e mediante a codificação das respostas da seguinte maneira: 1 = Discordo totalmente, 2 = Apenas discordo, 3 = Apenas concordo, 4 = Concordo totalmente.

A aplicação da estatística ocorre em todas as áreas do conhecimento, pois contribui para a obtenção da matéria-prima necessária para o planejamento e tomada de decisões. O método de estatística descritiva, usada nesse estudo, é o simples levantamento da informação e sua apresentação em tabelas estatísticas, que se limita a apresentar os dados e gráficos de um dado fenômeno, mas é necessário que o levantamento de informação seja organizado para sua posterior análise e interpretação. O processo de análise permite caracterizar elementos que distribuem, quais os valores de tendência central, qual a variabilidade, qual a relação entre as variáveis e a verificação das semelhanças e diferenças entre os elementos, (TIBONI, 2010).

## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com base nos estudos apresentados na fundamentação teórica, apresenta-se neste capítulo a análise dos dados coletados e os resultados obtidos nesta pesquisa. Para melhor organização, divide-se este capítulo em duas partes, a saber: na primeira, visa-se identificar o perfil dos respondentes e na segunda a apresentação dos dados e os resultados do questionário validado, dessa forma, visando responder à questão de pesquisa, qual a percepção dos colaboradores do departamento de vendas de uma multinacional no setor metalúrgico sobre o comportamento ético organizacional?

A partir das respostas dos entrevistados foram identificados o nível de compreensão do assunto ética no seu cotidiano, foi utilizado como ferramenta a escala de percepção de comportamento éticos organizacionais (EPCEO). As frases traduzem o que o colaborador pensa sobre seu trabalho e sobre a organização onde ele trabalha, assinalando a sua opinião sobre cada uma delas, anotando, sua concordância conforme os ( 1 = Discordo totalmente / 2 = Apenas discordo /3 = Apenas concordo / 4 = Concordo totalmente ).

Tabela 1: Denominações, definições, itens integrantes e índices de precisão dos fatores que compõem a EPCEO

Denominações	Definições	Itens	Índices de precisão
Gestão do sistema	Crenças do empregado de que a organização possui políticas, regras e normas claras e honestas de gestão.	1, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20.	0,89
Orientação para o cliente	Crenças do empregado de que a organização estabelece relações claras e honestas com seus clientes.	2, 3, 4, 6, 13	0,71

Fonte: MIRLENE, Maria Matias Siqueira, et al. (p. 45, 2008)

Para o cálculo do índice de precisão da tabela acima foi usada o Coeficiente Alfa de Cronbach. O coeficiente alfa de Cronbach foi apresentado por Lee J. Cronbach, em 1951, como uma forma de estimar a confiabilidade de um questionário aplicado em uma pesquisa. Ele mede a correlação entre respostas em um questionário através da análise das respostas dadas pelos respondentes. O coeficiente  $\alpha$  é calculado a partir da variância

dos itens individuais e da variância da soma dos itens de cada avaliador de todos os itens de um questionário que utilizem a mesma escala de medição. A maneira prática de julgar o valor de alfa é comparar o valor calculado com o valor preconizado por diferentes autores em tabelas apresentadas na literatura. A regra é imprecisa, mas serve como primeira aproximação, desde que se tenha a precaução de levar em conta as limitações dessa estatística, HORA (2010).

Tabela 2: A Consciência interna segundo o valor do índice de precisão

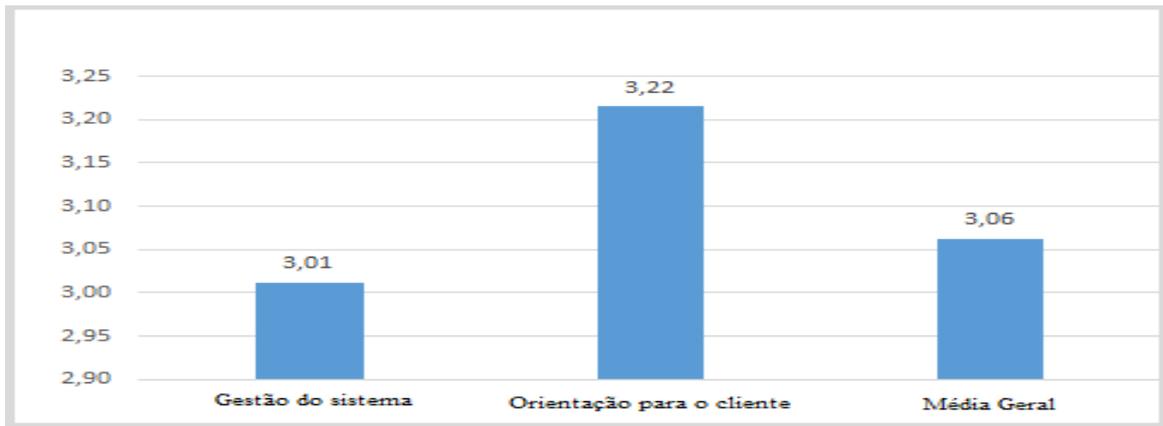
<b>Valor Índice</b>	<b>Consciência interna</b>
Maior do que 0,80	Quase perfeito
De 0,80 a 0,61	Substancial
De 0,60 a 0,41	Moderado
De 0,40 a 0,21	Razoável
Menor que 0,21	Pequeno

Fonte: Elaborado pelo autor (2016)

#### 4.1 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A Figura 1 apresenta o resultado geral de cada um dos objetivos específicos avaliados neste estudo, no fator 1 a gestão do sistema, a média geral ficou perto do limite recomendado, o que sugere melhorar o tratamento dado ao colaborador, reconhecimento e desenvolvimento, já no fator 2 a orientação para o cliente, a média ficou boa, o que remete a organização para a orientação ao cliente.

Figura 1: apresenta as médias fatoriais globais obtidas em cada fator



Fonte: Elaborado pelo autor (2016)

O primeiro fator diz respeito à Gestão do sistema que é quando a empresa possui políticas, regras e normas claras e honestas de gestão, o segundo fator é a orientação para o cliente, ou seja, a relação clara e objetiva que a empresa tem com seus clientes. Como média geral das 20 questões da pesquisa a pontuação ficou 3,06.

A gestão do sistema ficou muito próximo ao limite recomendado pela escala EPCEO, que é de média 3, em destaque está a orientação para o cliente, pois indica que a organização pesquisada, preza pelos preços competitivos e prazos estabelecidos, valorização e respeito pelo cliente. Respondendo ao questionamento do estudo, quanto à percepção dos colaboradores do departamento de vendas de uma multinacional no setor metalúrgico sobre o comportamento ético organizacional, evidenciou-se a aceitação para um comportamento ético bom na organização, pois a média geral ficou em 3,06, considerada boa apesar de perto do limite, indicando pontos de atenção para o desenvolvimento de um plano de ação para trabalhar pontos em específicos com média muito baixas.

Para Junior, (2001) a gestão do sistema tem a função de coordenar as políticas internas, as ações e as estratégias a serem aplicadas em prol do bom funcionamento de todas as áreas, para assim, também gerar lucro e riqueza para os acionistas e colaboradores, proporcionando a harmonia empresarial e demonstrando os objetivos sociais da empresa. Mas, para a estratégia funcionar, é necessário aplicar um modelo de gestão empresarial que considere todas as particularidades que a instituição possui, atendendo seus objetivos e avaliando seu crescimento ordenado e não excluindo as suas atividades externas, dando atenção para investidores.

Os empregados devem estar inclusos na gestão empresarial, principalmente a alta diretoria e as lideranças, afinal eles entendem os objetivos da organização, e passam esse entendimento para os demais funcionários dos departamentos, e isso ajuda no desenvolvimento do trabalho e da empresa. Na tabela abaixo são apresentados os resultados médios referente ao fator 1 quanto à gestão do sistema onde é avaliado as crenças do empregado de que a organização possui políticas, regras e normas claras e honestas.

Tabela 3: Consciência interna segundo o valor do índice de precisão, Fator 1

<b>Nº</b>	<b>Item</b>	<b>Média</b>
1	Oferece oportunidade para a correção de erros	3,22
5	Trata com igualdade todos os colaboradores.	2,82
7	Possui políticas que impedem que seus colaboradores sejam humilhados e/ou discriminados na empresa	2,97
8	Estabelece prazos compatíveis com as tarefas a serem executadas.	2,80
9	Possui objetivos que são conhecidos por todos.	3,02
10	Possui políticas justas de avaliação de seus empregados.	2,37
11	Possui políticas que permitem a participação de todos os envolvidos nas tomadas de decisão.	2,32
12	Possui políticas que são conhecidas por todos.	2,95
14	Possui políticas que permitem aos colaboradores continua revisão de seus conhecimentos	3,05
15	Não modifica as regras e normas sem prévia consulta os envolvidos.	2,37
16	Segue o próprio código de ética	3,37
17	Eu conheço o código de ética de minha empresa	3,50
18	Penso que o código de ética da empresa influencia minhas ações como vendedor	3,20
19	Minha postura condiz com o código de ética da organização	3,47
20	Eu me considero uma pessoa ética	3,70
<b>Média fatorial</b>		<b>3,01</b>

Fonte: MIRLENE, Maria Matias Siqueira, et al. (p. 45, 2008)

Conforme a Tabela 3, observamos que para o fator 1, os colaboradores possuem uma visão de que a organização tem uma boa gestão do sistema, pois a média fatorial foi de 3,01, porém, ao realizar uma análise individual das questões, das 15 questões deste fator, 7 obtiveram médias abaixo de 3. Percebe-se que são questões relacionadas à clareza dos objetivos e metas, à regras e normas, e ligadas à política organizacional. Esses pontos merecem uma atenção especial por parte da alta direção da empresa com o intuito de revisão de seus procedimentos.

O segundo fator diz respeito à Orientação para o cliente, crenças do empregado de que a organização estabelece relações claras e honestas com seus clientes (Tabela 4).

Tabela 4: A Consciência interna segundo o valor do índice de precisão Fator 2

<b>Nº</b>	<b>Item</b>	<b>Média</b>
02	Oferece seus produtos nos prazos prometidos.	2,83
03	Presta informações precisas e objetivas a seus clientes, quando solicitada.	3,18
04	Respeita e valoriza seus clientes.	3,33
06	Busca assegurar honestidade em suas transações com seus clientes.	3,63
13	Responde, de maneira precisa, às demandas de sua clientela.	3,13
<b>Média fatorial</b>		<b>3,22</b>

Fonte: MIRLENE, Maria Matias Siqueira, et al. (p. 45, 2008)

Conforme apresentado na Tabela 4, o Fator 2 que diz respeito à orientação para o cliente, os índices foram bem melhores em comparação com o fator 1, a média fatorial ficou em 3,22. É possível observar que, pela percepção dos colaboradores, a empresa estabelece relações claras e honestas com a sua clientela, ou seja que a organização cumpre com os acordos comerciais firmados com sua clientela. Com a exceção da questão 2 (Oferece seus produtos nos prazos prometidos) que teve sua média inferior a 3, todas as demais questões tiveram média superior a 3, não restando dúvidas de que a organização é orientada para o cliente.

Sabe-se que no mercado globalizado, cada vez mais rápido, uma concorrência acirrada e clientes mais exigentes e informados, o não cumprimento dos prazos estabelecidos gera um efeito cascata. Sendo assim, dentro da organização, um atraso em um departamento da empresa implica em atrasos nos demais, podendo incorrer em custos de produção e frustrações ou estresse na equipe de trabalho. Esta reação em cadeia pode tomar proporções ainda maiores quando afeta o cliente. Se o produto ou serviço não é entregue no prazo estipulado, o que entra em jogo é a imagem da empresa. A partir daí, a perda de clientes, de lucratividade e o pagamento de multas são consequências que podem ser difíceis de reverter.

Desta forma, de maneira geral é válido ressaltar que na Tabela 3, referente ao Fator 1, nas células destacadas em laranja claro, indicam dúvidas quanto à ética da empresa quanto a estes itens relacionados à comunicação da organização com os colaboradores, e obtiveram uma pontuação muito baixa, indicando uma dúvida dos respondentes quanto ao comportamento ético da organização enunciados pelo fator.

Segundo Lacombe (2012), um bom sistema de avaliação deve ser confiável, válido, relacionado com o trabalho, padronizado e prático. Os colaboradores de uma organização necessitam saber como são avaliados, os critérios que a empresa utiliza para realizar promoções, admissões, realocações bem como aumentos salariais. Isso demonstra a seriedade da organização e oportuniza a igualdade e justiça. Uma boa política de avaliação informa aos colaboradores o que a organização espera deles, começando pelas suas responsabilidades e como elas se encaixam no conjunto da organização, uma política clara para não haver mal-entendidos. Uma má política de avaliação pode acarretar na desmotivação, baixa produtividade e rotatividade fora dos padrões aceitáveis, podendo ocasionar a perda de bons profissionais.

Outro ponto que teve sua pontuação muito baixa é quanto à política de tomada de decisão. A participação de todos os envolvidos em uma tomada de decisão é uma ferramenta importante, visto o fato de que pode a deixar de ter conhecimento de informações que mudam o rumo da decisão, além de deixar de ouvir todos os pontos de vista e fortalecer o senso de justiça da organização. As decisões são parte das estratégias da organização, envolvem um comportamento compreensivo, sistêmico e global. A participação das pessoas é de suma importância nesse aspecto, pois, as mesmas não devem ficar só no papel, apenas na teoria. Esse planejamento tem que ser visto por

todos, porque quem realmente faz esse planejamento ser executado, quem faz ele realmente acontecer e dar certo, são as pessoas. (LAPENDA, 2012).

Para Lacombe (2012), a comunicação é fundamental para atingir resultados, uma boa capacidade de traduzir os pensamentos em palavras corretas. Com relação a comunicação no fator 1 em estudo, um item que também merece atenção está relacionado à definição de regras e normas, afirmando que na visão dos colaboradores há uma dúvida quanto à definição de regras e normas da empresa serem definidas a partir da consulta de todos os envolvidos. A transparência organizacional propicia um ambiente agradável de trabalho, o colaborador sente-se parte integrante da equipe e percebe que suas ações influenciam no resultado da organização.

Não basta as empresas elaborarem seus Códigos de Ética e Conduta e exigir seu cumprimento por parte de seus empregados e colaboradores. É muito importante que a alta direção monitore e seja transparente nas questões éticas em todas as relações na sociedade, em especial na relação entre empregador e empregados, Daí surge a importância de se estabelecer um padrão de conduta no âmbito corporativo, pois uma organização empresarial não tem vida própria, são seus empregados, colaboradores e dirigentes que dão vida à empresa e constroem a sua reputação e imagem, no âmbito interno e externo.

A temática ética é muito difícil, pois é uma questão de percepção. A avaliação sistemática, orientada por valores, traz um significado moral dos atos pessoais e da organização e das respectivas consequências para outras pessoas e sociedade. As lideranças ou alta direção, muitas vezes precisam tomar decisões difíceis, mas para que a moral dos colaboradores não seja abalada pelas necessárias mudanças, a transparência é importante. Mudança é necessária, mas para que a transição seja tranquila e ética, a comunicação é uma ferramenta eficaz, (BOWDITCH & BUONO, 2013).

Na pesquisa conduzida pelo autor as questões que apresentaram valores maiores que 3 acabaram equilibrando o resultado pela média fatorial em números favoráveis. Já as médias desfavoráveis fornecem subsídios para uma análise e reflexão por parte da empresa com o intuito de repensar o sistema de gestão ou até mesmo buscar soluções para trabalhar estes pontos, buscando alternativas assim que visem elevar o nível de ética dentro da organização.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo apresentar um estudo sobre qual a percepção dos colaboradores do departamento de vendas de uma multinacional no setor metalúrgico sobre o comportamento ético organizacional, apontando os pontos que influenciam na gestão organizacional, visando o estudo da percepção dos colaboradores quanto as questões éticas em sua rotina de trabalho, visando verificar qual o nível de ética que a empresa pesquisada tem quanto à gestão do sistema e quanto à orientação para o cliente.

Após análise minuciosa utilizando as ferramentas propostas pela EPCEO, no fator quanto à gestão do sistema, que apresentou média 3,01, muito perto do limite recomendado, mesmo assim fica evidente que a organização age com ética organizacional em questões ligadas ao tratamento, reconhecimento e desenvolvimento dos empregados, mas que precisa ficar atenta às questões relacionadas aos colaboradores, como envolvimento em tomadas de decisão, formação das metas e objetivos, bem como na definição de regras e normas e disseminar melhor suas políticas de avaliações, tomada de decisões e renovação dos conhecimentos, pois estes itens tiveram suas médias abaixo do recomendado e merecem uma atenção.

Quanto a orientação ao cliente, a média de 3,22 deixa claro que neste quesito a empresa possui um bom nível ético organizacional, evidenciando que a organização além de respeito, trata seu cliente com honestidade e seriedade, cumprindo com seus acordos comerciais.

Organizações éticas são sinônimo de empresas preocupadas com as pessoas, tanto internamente quanto externamente, uma boa e constante avaliação fornece subsídios a fim de monitorar as ações das organizações se estão atendendo satisfatoriamente seus clientes, mas também internamente se estas atitudes estão gerando confiabilidade a todos na organização, pois a mesma não opera sozinha é um organismo vivo e depende das pessoas para funcionar. Para que esta grande engrenagem funcione em sincronia é necessária uma boa relação em todos os departamentos. Neste sentido a comunicação é uma ferramenta muito útil o para monitoramento do sistema.

Conclui-se que o objetivo da pesquisa foi atingido ao apresentar os fatores e evidenciar que a média geral apresenta indicação de um bom comportamento ético organizacional. O estudo contribui para que a empresa possa utilizar as informações

para planejar ações futuras para fortalecer os indicadores e manter um bom comportamento ético organizacional.

Refletir nas questões da ética dentro das empresas não é uma tarefa fácil, pois os envolvidos são pessoas e cada uma delas apresenta sua individualidade, uma especificidade, seus valores humanos que, desde a infância, trazem consigo. Apesar das pessoas reconhecerem que a ética no trabalho é de suma importância, ao mesmo tempo vivenciam inúmeras situações dentro das empresas de profissionais e condutas antiéticas. A presente pesquisa caracteriza considerações importantes sobre a questão ética na organização e a percepção de seus colaboradores, elucidando situações que envolvem ética e moral como um diferencial de mercado, visando a integridade ética da organização perante aos seus colaboradores e seus clientes.

O estudo teve limitações, pois não foi possível fazer perguntas abertas nos pontos onde era assinalado apenas discordo ou discordo totalmente, bem como foi avaliado apenas o departamento de vendas, mas este estudo serve como base para elaboração futura de uma pesquisa mais abrangente em toda a organização visando um melhor olhar sobre estrutura da empresa pesquisada, seja em departamentos de engenharia, administrativo, vendas ou produção.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Cláudio W. **Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas: Reflexões e Sugestões**. São Paulo: Instituto Ethos, 2000.

ABREU, Nédia. **A importância do Código de Ética nas Organizações**. 2012. “Disponível em: <http://www.administradores.com.br/producao-academica/a-importancia-do-codigo-de-etica-nas-organizacoes/5122/>”. Acesso dia 10 de abril de 2016.

ALMEIDA, Aires. **Dicionário Escolar de Filosofia**. 2003. Lisboa: Plátano Editora.

ARRUDA, Maria C. Coutinho de, Whittaker, Maria do Carmo, Ramos, José M. Rodriguez, (2006). **Fundamentos de Ética Empresarial e Econômica**. São Paulo: 4ª Ed. Editora.

BARBOSA, Alessandra, et al. **Ética e Trabalho nas Organizações**. Artigo técnico da Universidade Veiga de Almeida, publicado em 2005.

BARBOSA, Geraldo. **Ética Empresarial**. 2005 “ Disponível em: <[http://www.eticaempresarial.com.br/site/pg.asp?pagina=detalhe\\_artigo&codigo=193&t\\_pagina=ENTREVISTAS&nomeart=n&nomecat=n](http://www.eticaempresarial.com.br/site/pg.asp?pagina=detalhe_artigo&codigo=193&t_pagina=ENTREVISTAS&nomeart=n&nomecat=n)>”. Acesso dia 10 de abril de 2016

BARROCO, Maria Lúcia Silva. **Ética e sociedade**. Brasília, DF: Conselho Federal de Serviço Social (CFESS), 2000.

BOWDITCH, James L., BUONO, Anthony F. **Elementos de Comportamento Organizacional**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

BRASIL, **Constituição Da República Federativa do Brasil de 1988**.

CANANÉA, L. V. T. DIAS, G. A. **Ética e Responsabilidade Social: discussões sobre as práticas nas empresas, relacionadas ao uso da tecnologia de informação**. Artigo publicado na Revista eletrônica Temática, ano VI, n. 05, Maio de 2010.

CFA, **Código de Ética dos Profissionais de Administração**. Explanada 2012.

CHAUI, Marilena. **Introdução à História da Filosofia Vol. 1**. São Paulo: Grupo companhia das Letras, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: Teoria, processo e prática**, Rio de Janeiro: Editora Elsevier 4ª Edição revisada 2007.

COSTA, Aparecida Helena. **Ética e Comportamento Organizacional nas Cooperativas.** Disponível em: “<<http://www.centropaulasouza.sp.gov.br/pos-graduacao/workshop-de-pos-graduacao-e-pesquisa/007-workshop-2012/workshop/trabalhos/gestneg/etica-e-comportamento.pdf>>”. Acesso dia 10 de abril de 2016.

DIEHL, Astor Antonio. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas.** São Paulo: Prentice Hall, 2004.

FREITAS, Henrique et al. **O método de pesquisa survey.** Revista de Administração, São Paulo, v. 35, n. 3, jul. 2000. Trimestral. Disponível em: <[http://www.unisc.br/portal/upload/com\\_arquivo/o\\_metodo\\_de\\_pesquisa\\_survey.pdf](http://www.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/o_metodo_de_pesquisa_survey.pdf)>. Acesso em: 27/08/2016.

FRUTRELL, Charles M. **VENDAS: Fundamentos e novas práticas de gestão.** São Paulo: Saraiva, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** São Paulo: Editora Atlas 4<sup>a</sup>, 2006.

JUNIOR, Thomaz Wood. **Gestão empresarial: oito propostas para o terceiro milênio.** São Paulo: ERA publicações, 1 ed. 2001.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balanco Social: teoria e prática.** São Paulo> Editora Atlas 2000.

HORA, Henrique R. M. da, et al. **Confiabilidade em Questionários para a Qualidade: Um estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach.** 2010. “Disponível em:< <http://seer.ufrgs.br/index.php/ProdutoProducao/article/viewFile/9321/8252>>. Acesso dia 30 de outubro de 2016.

LACOMBE, Francisco J. M. **Comportamento Organizacional Fácil.** São Paulo: Editora Saraiva, 2012.

LAPENDA, José T. B. **Planejamento estratégico e processo decisório,** 2012. “Disponível em:< <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/planejamento-estrategico-e-processo-decisorio/64798/>>. Acesso dia 02 de novembro de 2016.

MARIANO, Renato. **A importância da Ética no Comportamento Organizacional.** 2013. “Disponível em:<<http://administracaonoblog.blogspot.com.br/2013/10/a-importancia-da-etica-no-comportamento.html>>. Acesso dia 07 de abril de 2016.

MATTAR, Fauze Najib. **Mensuração e Escalas de Verificação: uma análise comparativa das escalas Lickert e Phrase Completion.** Paraíba, 2014.

MATOS, Francisco Gomes de. **Ética na gestão empresarial**. São Paulo: Editora Saraiva 2ªed 2011.

MIRLENE, Maria Matias Siqueira, et al. **Medidas do comportamento organizacional: ferramentas de diagnóstico e gestão**. Porto Alegre: Artmed 2008.

EXAME, Revista. Enquete **Como é a Ética no seu Trabalho**, 2003. “Disponível em:<  
<http://exame.abril.com.br/carreira/quizzes/qual-e-o-seu-nivel-de-inteligencia-etica-no-trabalho/>>. Acesso dia 10 de setembro de 2016.

RICHARDSON, Roberto Jarry, et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 3ªed, 2012.

ROESCH, Sylvia Azevedo. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração: Guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. São Paulo: 3ª Ed. Atlas 2005.

SERRANO, Pablo Jiménez, **Ética Aplicada - Moralidade nas relações empresariais e de consumo**. Rio de Janeiro: Editora Vozes 1996.

TIBONI, Conceição G. Rebelo. **Estatística Básica: para os cursos de administração, ciências contábeis, tecnólogos e de gestão**. São Paulo: Editora Atlas 2010.

TUGENDAHT, Ernst. **Lições Sobre Ética**. São Paulo: Paulus Editora 2ªed. 2010.

VAZ, Graciela A. MONEGATO, Meline A. **A Ética como Diferencial no Mercado**. Monografia publicada em 22/11/2010.

VIEIRA, Sonia. **Como Elaborar Questionários**. São Paulo: Editora Atlas 2009.

VILELLA, Elisabeth Caldeira et al. **A Ética nas Relações de Trabalho: Reflexões sobre fontes de poder em Foucault e Heller**. Artigo publicado em 20/02/2006.

VOLK, Sergio. **Ética nos Negócios**, Artigo publicado 5 maio de 2014, no Instituto Brasileiro de Executivos de Fianças de São Paulo.

ZABOLI, Elma Lourdes Campos Pavone. In Revista Reflexão. **A Ética nas Organizações**. Instituto Ethos março, 2001.

ZYLBERSZTAJN, Décio. **Organização Ética: um ensaio sobre comportamento e estrutura das organizações**, Artigo publicado na Revista de Administração Contemporânea (RAC) setembro 2005.

## APÊNDICE

O questionário utilizado foi retirado do livro *Medidas do Comportamento Organizacional: ferramentas de diagnóstico e gestão*, e foi construído para avaliar os comportamentos éticos da empresa, através da escala de percepção de comportamento éticos organizacionais (EPCEO). A seguir estão frases que podem traduzir o que você pensa sobre seu trabalho e sobre a organização onde você trabalha. Assinale sua opinião sobre cada uma delas, anotando, nos parênteses, sua concordância conforme os códigos abaixo:

1 = Discordo totalmente / 2 = Apenas discordo / 3 = Apenas concordo / 4 = Concordo totalmente

### A empresa onde eu trabalho ...

1. ( ) ... oferece oportunidade para a correção de erros.
2. ( ) ... oferece seus produtos nos prazos prometidos.
3. ( ) ... presta informações precisas e objetivas a seus clientes, quando solicitada.
4. ( ) ... respeita e valoriza seus clientes.
5. ( ) ... trata com igualdade todos os colaboradores.
6. ( ) ... busca assegurar honestidade em suas transações com seus clientes.
7. ( ) ... possui políticas que impedem que seus colaboradores sejam humilhados e/ou discriminados na empresa.
8. ( ) ... estabelece prazos compatíveis com as tarefas a serem executadas.
9. ( ) ... possui objetivos que são conhecidos por todos.
10. ( ) ... possui políticas justas de avaliação de seus empregados.
11. ( ) ... possui políticas que permitem a participação de todos os envolvidos nas tomadas de decisão.
12. ( ) ... possui políticas que são conhecidas por todos.
13. ( ) ... responde, de maneira precisa, às demandas de sua clientela.
14. ( ) ... possui políticas que permitem aos colaboradores contínua revisão de seus conhecimentos.
15. ( ) ... não modifica as regras e normas sem prévia consulta aos envolvidos.
16. ( ) ... segue o próprio código de ética

17. ( ) ...eu conheço o código de ética de minha empresa.
18. ( ) ...penso que o código de ética da empresa influencia minhas ações como vendedor
19. ( ) ... minha postura condiz com o código de ética da organização.
20. ( ) ... eu me considero uma pessoa ética.