

O COMPORTAMENTO ÉTICO E A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS ORGANIZAÇÕES: FATORES INDISPENSÁVEIS NA NOVA ECONOMIA

Odacir Miguel Tagliapietra – tagliapietra@unioeste.br
UNIOESTE – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Rua Universitária, 2069, Cascavel, PR
Cep: 85819-110

Maria de Fátima P. Santana
UNIPAR- Universidade Paranaense
Avenida Parigot de Souza, 3636, Toledo, PR

Elisabeth Deparis
UNIPAR- Universidade Paranaense
Avenida Parigot de Souza, 3636, Toledo, PR

Resumo: *Com economia globalizada aumenta o perigo de degradação dos padrões de uma ação empresarial responsável com a sociedade. Isto não se concilia com um desenvolvimento duradouro e humanamente justo, é prejudicial a um êxito empresarial a longo prazo. Num mundo complexo, o êxito empresarial nunca poderá ser reduzido a muitas ou a uma única variável. Além dos bons produtos e serviços também tem a inovação, a eficiência, a capacidade de tirar o máximo proveito dos potenciais do mercado, e de interpretar corretamente as novas demandas. Uma prática empresarial que satisfaça aos critérios éticos, não é de maneira alguma um luxo de que só se possa dispor em tempos favoráveis, mas constitui um investimento indispensável para garantir a empresa a longo prazo. A ética empresarial constitui um conjunto de princípios e padrões morais que orientam o comportamento no mundo dos negócios. Já a responsabilidade social é a obrigação que a empresa assume para maximizar os efeitos positivos e minimizar os negativos que ela produz sobre a sociedade. A ética empresarial, também diz respeito aos princípios morais e as regras que orientam as tomadas de decisão. A ética estuda também cada situação e define alternativas de acordo com um conjunto de cultura que permanece as mesmas quaisquer que sejam as normas, regras ou outros padrões legais.*

Palavras-chaves: Ética, Moral, Responsabilidade

1. INTRODUÇÃO

A preocupação ética nos negócios, constitui-se uma das questões que cada vez mais preocupa os administradores. Estudos revelam que, quase 50% das empresas tem funcionários que já praticaram algum tipo de trabalho antiético. Atitudes antiética gera custos elevados para as empresas.

Os grandes problemas ocasionados pelo uso indiscriminado dos recursos naturais, despertaram nas pessoas, nos meio de comunicação e nas organizações não-governamentais, uma sensibilização da sociedade em relação a responsabilidade social das organizações.

A sociedade está cobrando das empresas e seus negócios uma nova postura, ou seja, nas estratégias para o alcance dos objetivos organizacionais, devem constar princípios éticos que

sejam de acordo com a moral da sociedade. Como um conjunto de regras, a ética é um rol dos conceitos aplicáveis as ações humanas que fazem delas atitudes compatíveis com a concepção geral do bem e da moral. As comunidades onde as organizações estão inseridas e as pessoas que fazem parte, possuem formações culturais específicas, diferentes e opiniões e comportamentos.

A empresa moderna atua em cenários cada vez mais complexos, praticando operações inovadoras, mesmo quando repetem atividades antigas. A ética tem a missão de padronizar e formalizar o entendimento da organização empresarial em seus diversos relacionamentos e operações, assim como, evitar julgamentos contra seus princípios. A ética não acredita que os fins justifiquem os meios em qualquer situação, as avaliações de justiça são o tratamento razoável e adequado, e a devida recompensa, de acordo com padrões éticos ou legais.

2. MORAL E ÉTICA

KRAFT citado por LEISINGER (2001), afirma que na linguagem coloquial, os conceitos de moral e ética são em larga escala empregados como sinônimo, apesar de não o ser. A moral consiste na determinação de normas que orientem o comportamento prático, sobretudo para com o próximo, mas também para com a natureza e para consigo mesmo. A ética como ciência, preocupa-se com o tema de uma maneira descritiva e comparativa, mas também como uma avaliação crítica da moral, por um lado, se manifesta pelo fato de determinar conduta humana ser considerada uma pessoa boa ou má. Com isso, é expresso um valor e uma desvalorização. A moral orienta-se por valores, porém para realizar a moral não é suficiente emitir juízo de valor a respeito de uma determinada ação, pois o que caracteriza essencialmente a moral, é que ela pretende intervir orientando e mostrando a direção, antes que uma determinada ação seja concretizada. A moral portanto, é constituída por valores e normas, esta já pressupõe os valores, o que as normas exigem é que sejam realizadas, no entanto, só funciona enquanto e na medida em que se apresentam como evidência para o indivíduo.

A moral empresarial é o conjunto daqueles valores e normas que, dentro de uma empresa, são reconhecidos como vinculados a ética empresarial, por outro lado, reflete sobre as normas e valores efetivamente dominantes em uma empresa, interroga-a pelos fatores qualitativos que fazem com que determinada situação seja um agir bom. Para uma empresa valem as mesmas metas primárias utilizadas para as pessoas individuais: a sua existência, a de sua liberdade de ação e a de sua solidariedade, entendida no sentido de cooperação. Por isso, a ética empresarial, em todos os casos, só pode refletir-se naquela classe de ações e medidas que podem ser harmonizadas com garantia de existência da empresa no mercado, ou que a põem em risco.

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

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

moralidade para o desempenho desta tarefa, por um lado, os critérios influenciam no processo de formação das metas empresariais e no estabelecimento das prioridades, por outro, a maneira de alcançar as metas estabelecidas está sujeita a análise qualitativa através dos questionamentos éticos.

3. OS PRINCÍPIOS ÉTICOS NA EMPRESA

A ética é um estudo das avaliações do ser humano em relação a sua conduta ou a dos outros, também são avaliações feitas sob a ótica do bem e do mal, de acordo com um critério que geralmente é ditado pela moral. O comportamento ético por parte da empresa é esperado e exigido pela sociedade, é a única forma de obtenção de lucro com respaldo da moral, esta impõe que a empresa aja com ética em todos os seus relacionamentos, especialmente com clientes, fornecedores, competidores, empregados, governo e o público em geral.

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

Segundo (SROUR, 1998), uma vez que as empresas competitivas não operam num horizonte de curto prazo, a ganância ou a sedução por vantagem imediatista pode ser fatal. No mundo atual, os negócios não se assemelham mais aos empreendimentos corsários da época mercantilista. As empresas podem agir de forma oportunista em ambiente competitivo, só que dificilmente fazem trapaça sem apanágio, porque não seria racional matar a galinha dos ovos de ouro. Cada vez mais as decisões empresariais ficam submetidas ao crivo de uma cidadania disposta a retaliar as empresa que abusam da confiança e da credulidade de suas contratantes.

Uma empresa ética incorre em custos menores do que uma antiética, esta não faz pagamentos irregulares ou imorais como, suborno e compensações. Ao estabelecer como regra, a pratica de uma conduta ética, a empresa coloca-se em posição de exigir o mesmo de seus empregados e administradores, desse modo, podem cobrar-lhe maior lealdade e dedicação. O ato de emprestar seu trabalho a uma organização que age com ética constitui-se para o funcionário uma compensação de valor incalculável. Os procedimentos éticos facilitam e solidificam os laços de parceria empresarial, quer com os clientes, quer com os fornecedores, isso ocorre em função do respeito que um agente ético gera em seus parceiros”. (MOREIRA, 1999).

3.1 Ética e moralidade no mundo dos negócios

As organizações só tomam decisões quando reconhecem que há um componente ético em um dado problema ou uma situação específica. O primeiro passo para compreender a ética nos negócios, consiste em reconhecer que essas questões existem, é uma situação ou oportunidade que exige da empresa uma escolha entre vários cursos de ações que terão que ser avaliados como certos ou errados, ética ou antiética.

Para FERREL (2001), geralmente essas questões surgem devido a conflitos entre as filosofias morais pessoais ou a valores do indivíduo, valores e atitudes da organização em que eles trabalham e na sociedade em que vive. No mundo dos negócios, o que não falta são conflitos éticos. As atividades de uma empresa, para atingir seus objetivos nos negócios, podem colidir com o esforço de seus empregados para que alcancem seus próprios objetivos pessoais. As características do trabalho ou da função, da cultura da organização e da sociedade em que ela atua, pode criar problemas. Uma vez que eles sejam identificados, qualquer que seja o seu tipo, individuo e organização, tem que decidir como resolvê-los. Muitas dessas questões são

solucionadas por meio de ações judiciais coletivas. O conhecimento das questões éticas frequentes no mundo dos negócios, ajuda a identificá-los e resolvê-los quando necessário.

A atividade de ganhar dinheiro sempre teve uma aliança desconfortável com o senso particular de moralidade das pessoas, nos últimos dois séculos, os jornais tem publicado muitas coisas pouco lisonjeiras sobre a ética. Muitos executivos hoje, expressam um cinismo parecido com relação a moral na prática gerencial das empresas. Por diversas razões, que vão desde a eterna ganância e os modos administrativos, a moralidade, a ética e os negócios, são completamente contraditórios, mesmo aqueles que defendem a integridade, tendem a deixar a exploração dos dilemas ético a cargo da consciência particular de cada gerente. Embora muitos líderes defendam a necessidade de altos padrões éticos, tem sido difícil descrever a dimensão moral da administração empresarial.

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

Nesse sentido, é possível usar uma lista de valores para definir a integridade nos negócios, que são os seguintes: honestidade, confiabilidade, justiça e pragmatismo. Essas quatro marcas da integridade nos negócios cobrem uma abundância de assuntos éticos. As três primeiras previne a falsidade, o dano internacional, o favoritismo, o conflito de interesses e a recusa em assumir a responsabilidade pelos erros cometidos. A última evita todas as formas de crimes, ineficiência e desperdício e a má qualidade. Uma empresa que encobre a má qualidade não tem outra opção, a não ser mentir para o público e seus acionistas.

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

4. ÉTICA E A MORAL PARA COM A SOCIEDADE EM GERAL

A ética para com a sociedade determina que a empresa, abstenha-se de influenciar a mudança das formas de estados, de governo, de aquisição ou perda pelos governantes ou qualquer outro assunto que envolva a autodeterminação de um povo. Essa ética também engloba o meio ambiente, tanto o natural, como o artificial e o cultural. Toda empresa tem alguns princípios éticos, como: Respeitar e cuidar da comunidade dos seres vivos; melhorar a qualidade da vida humana; conservar a vitalidade e a diversidade do planeta e seus deveres (MOREIRA, 1999).

De acordo com o mesmo autor, os deveres de uma organização com o meio ambiente são os seguintes: investir para erros passado e livrar o meio ambiente de contaminações e agressões sofridas em decorrência da atividade humana; fazer com que os investimentos levem em consideração a preservação ambiental; abster-se de provocar poluição pelo manuseio de substâncias perigosas e proteger a sociedade contra danos nucleares, na extensão de sua própria atividade. É com base nessa perspectiva que as empresas são avaliadas, e as prioridades dos diversos deveres podem variar com o tempo e de acordo com as condições econômicas, sociais e

ecológicas predominantes em cada época. Assim, ao longo dos anos, os interesses ambientais e sociais ganharam importância aos olhos da sociedade. Desde então, aumentou o interesse pela ecologia da ação empresarial nos países em desenvolvimento. Também adquiriram importância os grupos de interesses especiais e a responsabilidade social.

5. RESPONSABILIDADE SOCIAL

A idéia de que, como pessoas jurídicas, as empresas possuem direitos e deveres morais como anteriormente só eram atribuídas as pessoas físicas, isso ganhou crescente consenso nos últimos anos. Dentro da ordem jurídica e da competência, as empresas pleiteiam para si direitos e deveres econômicos, sociais e ecológicos. Os números desses deveres são os seguintes: empenhar-se e engajar-se a curto e longo prazo pelo bem da empresa; cuidar com responsabilidade da segurança e previdência dos colaboradores; levar em conta da maneira mais ampla possível os interesses do meio ambiente; levar em conta da maneira mais ampla possível os desejos dos consumidores; produzir e oferecer a preços razoáveis produtos e serviços que sejam úteis, seguros, saudáveis e, sob o aspecto qualitativo, os melhores possíveis; criar ou pelo menos manter vagas de trabalho; engajar-se em favor do contexto social, apoiar as comunidades e assumir responsabilidade social cada vez maior (LEISINGER, 2001).

De acordo com FERREL (2001), a responsabilidade social consiste na obrigação da empresa de maximizar seu impacto positivo sobre os clientes, proprietário, empregados, comunidades, fornecedores e governo. Existe quatro tipos de responsabilidade social: a legal, a ética, econômica e filantrópica. A dimensão legal implica cumprir as leis e regulamentos promulgados e baixados pelo governo para estabelecer padrões mínimos de comportamento responsável, ou seja, ensinar a sociedade o que é certo e errado.

A dimensão econômica, referem-se a maneira como os recursos para a produção de bens e serviços são distribuídos no sistema social, e como as empresas se relacionam com a concorrência, os acionistas, os consumidores, os empregados, as comunidades e o ambiente. A filantropia da responsabilidade social diz respeito as contribuições das empresas a sociedade, que espera que elas contribuam para a sua qualidade de vida e bem-estar, ou seja, que proporcionem um alto padrão de vida e protejam seus membros.

Nos primórdios da literatura sobre responsabilidade social, *Bowen* definiu a responsabilidade social como a obrigação do homem de negócios de adotar orientações, tomar decisões e seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os fins e valores da sociedade. Numa visão expandida, responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade. A responsabilidade social é resultado do questionamento e das críticas que as empresas receberam, nas últimas décadas, no campo social, ético e econômico por adotarem uma política baseada estritamente na economia de mercado (ASHLEY, 2002).

De acordo com o mesmo autor, contemporaneamente a responsabilidade social assume outras características, englobando o público interno e externo, além do investimento na preservação ambiental, mas não necessariamente privilegiando uma categoria especial. Há pelo menos sete vetores: apoio e desenvolvimento a comunidade; preservação do meio ambiente; investimento no bem-estar dos funcionários e dependentes e em um ambiente de trabalho agradável; comunicações transparentes; retorno aos acionistas; sinergia com os parceiros e satisfação de clientes e consumidores.

Independente do porte da empresa, nota-se que a responsabilidade social é cada vez mais considerada uma das principais estratégias para o crescimento do negócio, bem como para manter vantagem competitiva dos produtos e serviços. Os consumidores de hoje são altamente exigentes. Não buscam somente produtos de qualidade, mas também procura se identificar com a empresa.

Com isso, ele faz avaliações buscando identificar o grau de comprometimento da empresa com a sociedade, com a preservação da saúde das pessoas, com por exemplo, produtos com prazos de validade adequado, avaliam onde a empresa coloca seus resíduos entre outros fatores. O que antigamente era um custo elevado para organização, hoje investir na responsabilidade social é fator de vantagem competitiva.

Qualquer desrespeito a algum dos vetores citado acima, pode denegrir a imagem da empresa e da marca construída ao longo de vários anos. Os meio de comunicação e as organizações não governamentais, tem contribuído para a conscientização das organizações para tomar medidas corretivas diante de problemas relacionados a responsabilidade social.

As empresas não são simples agregados de indivíduos, como as multidões, já que se estruturam como sistemas de tomada de decisões, de responsabilidades, compromisso relacionamentos e objetivos, revestindo-se assim de características pessoais. Nesse sentido, podem ser consideradas agentes morais e avaliadas do ponto de vista ético. A noção de responsabilidade social, nas últimas décadas ampliou-se, enfatizando os valores dos *stakeholders*, que incluíram todo o grupo ou indivíduo que podem afetar ou são afetados pelas ações, decisões, práticas e objetivo da organização. Portanto, os *Stakeholders*, seriam todos aqueles que tivessem algum tipo de *Stake* (risco, participação ou interesse). Por isso, as empresas teriam responsabilidade social para com as comunidades, e nações em que estão inseridas, com meio ambiente, com seus clientes, com seus distribuidores, seus fornecedores, seus empregados e até mesmo com seu concorrente (MATTAR NETO, 2004).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O comportamento ético depende das avaliações, feitas de acordo com os princípios morais de cada sociedade. Como as diferenças sociais, culturais e individuais depende de cada grupo, localizado em regiões distintas, cabe aos empreendedores indetificar os costumes e os valores das pessoas e comunidades antes de qualquer iniciativa. Também, aquelas empresas que se encontram instaladas, e durante vários anos não tem se preocupado com as questões da ética e da responsabilidade social, devem tomar medidas corretivas para reverter os problemas gerados a comunidade e pessoas. Cada vez mais alguns princípios éticos, que não são respeitados pelas organizações, são transformados em leis com severas punições aos contraventores.

Mais de que uma obrigação meramente restritiva, decorrente da aplicação da lei, a preocupação dos administradores, com a ética é a responsabilidade social, se encontram a nível estratégico, ou seja, uma imagem positiva da organização no mercado é importante fator de vantagem competitiva. Cada vez mais as questões relacionadas ao comportamento responsável das organizações, são avaliadas pelos consumidores antes da aquisição de um produto ou serviço. Neste sentido, investir no bem estar do funcionário e da comunidade, não deve ser visto meramente como um custo adicional, mas sim como uma ação voluntária da empresa em participar no desenvolvimento social de uma comunidade, numa visão mais abrangente, contribuir para sanar alguns problemas sociais e ambientais, muitos deles ocasionado pela própria empresa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASHLEY, P. A. **Ética e Responsabilidade Social nas Organizações**. São Paulo: Saraiva, 2002.
FERRER, O. C. **Ética Empresarial: dilema, tomada de decisão e casos**. Rio de Janeiro: Reichman e Affonso, 2001.

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

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

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

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

SROUR, R. H. **Cultura e ética nas organizações.** 8ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

ETHICAL BEHAVIOR AND SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE ORGANIZATIONS: INDISPENSABLE FACTORS IN THE NEW ECONOMY

Abstract: With the globalization of economy the danger of degradation of the standards of a company's action responsible for society increases. This does not adjust to a lasting and fair development, being harmful to a long term company's success. In a complex world, a company's success will never be reduced to many variables or a single one. Besides good products and services there is also innovation, efficiency and the ability to take advantage of the market's potentials and to interpret correctly the new demands. An enterprise's practice that can fulfill the ethical criteria is not a luxury at all that one may fit in suitable times, but it is an indispensable investment to guarantee the company at long term. A company's ethic is made of a set of principles and moral standards that lead the behavior in the world of business. Yet, social responsibility is the obligation that the company assumes to enlarge the positive effects and lessen the negative ones that it produces over society. The company's ethic also concerns moral principles and rules that lead the decisions. Ethic also studies each situation and determines alternatives according to a set of culture that remains the same, it does not matter the norms, rules or other legal standards.

Key words: engineering, society, environment