

A ÉTICA EMPRESARIAL COMO BASE DO DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL FRENTE O CENÁRIO CONTEMPORÂNEO

ARAUJO, Maria Silvana Jatobá¹
SOUZA, Luis Fernando Quinteiro de²

RESUMO

O presente artigo se propôs evidenciar por meio de dados literários que a ética empresarial tem ganhado um espaço significativo no contexto organizacional contemporâneo, isso porque os valores mudaram, e com eles vieram novas expectativas da sociedade, que passou exigir das empresas o cumprimento de sua função social. Para executar esse papel, as empresas demandam a presença de uma conduta moral capaz de orientar sua cultura e oferecer contrapartidas positivas. No entanto, para promover a ética no ambiente corporativo é necessário desenvolver o senso ético no quadro funcional, através de um processo contínuo que requer dedicação e monitoramento constante.

Palavras-chave: Empresa moderna; Ética empresarial; Desenvolvimento organizacional;

ABSTRACT

This article proposed evidence by literary data that business ethics has gained significant space in the contemporary organizational context, that because the values have changed, and with them came new expectations of society, which now require companies to comply with their function social. To perform this role, companies demand the presence of a moral conduct capable of guiding their culture and offer positive counterparts. However, to promote ethics in the corporate environment is necessary to develop the ethical sense in the workforce through a continuous process that requires dedication and constant monitoring.

Keywords: Modern enterprise; Business ethics; Organizational development

INTRODUÇÃO

As empresas modernas enfrentam a cada dia novos desafios para se posicionarem e se estabilizarem no mercado atual, pois o mesmo tem passado por significativas mudanças de valores e vem sendo marcado pela presença de informações e tecnologias cada vez mais sofisticadas, que naturalmente tornam as pessoas expressivamente mais instruídas e exigentes em relação ao atendimento dos seus direitos.

Considerando esse desfecho da realidade atual, podemos verificar que a imagem empresarial ganhou novo rótulo no mercado, deixando de ser vista como mera produtora de vantagens econômicas que visa apenas o lucro para seus proprietários, e passou a representar um elemento social, responsável por promover e contribuir com o bem estar da

¹ Discente do Curso de Bacharelado em Administração de Empresas da Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista – FAIP da Sociedade Cultural e Educacional do Interior Paulista.

msilvana.jatoba@gmail.com

² Mestre em Teoria do Direito pela UNIVEM – Marília - SP. fernando_quinteiro@yahoo.com.br

comunidade na qual está inserida, dessa maneira começou a ser cobrada pelo cumprimento de sua função social. Ou seja, o lucro continua sendo um fator de grande relevância na administração de um negócio, no entanto, para se obter tal vantagem, tornou-se obrigatório atender antes as demandas da sociedade.

Mediante esse novo cenário, as empresas sentiram a necessidade de um instrumento capaz de nortear suas ações de modo que todas as partes interessadas no negócio tivessem sua contrapartida positiva. Assim surgiu a ética empresarial, que busca acima de tudo, orientar moralmente a cultura organizacional para que todos os envolvidos com a corporação sejam tomados por um padrão íntegro e ajam com base no respeito aos direitos do próximo.

Diante disso, esse artigo tem como objetivo reunir alguns fundamentos bibliográficos que possam evidenciar a relevância da ética como base para o desenvolvimento organizacional.

CONCEITO E EVOLUÇÃO DE ÉTICA EMPRESARIAL

O comparecimento de bons princípios no relacionamento empresa e sociedade nos dias atuais, vem alcançando um patamar cada vez mais elevado. “Atualmente a preocupação com a ética empresarial, em todo o mundo, é de tal monta que podemos afirmar estar vivendo uma nova era nessa matéria. Certamente, essa é a Era da Ética” (MOREIRA, 1999, p.30).

E para compreendermos as dimensões atuais, devemos considerar uma breve análise a cerca da evolução dos fundamentos da ética empresarial, onde poderemos verificar a seguir que seus princípios norteadores se deslocaram com o desenvolvimento econômico.

Segundo Moreira (1999), no princípio a economia se caracterizava pela troca de bens, sem a geração de lucro ou presença de empresa. A ética nessa transação era limitada pelas relações de poder entre as partes e pelo valor que a aquisição de tal bem representava na satisfação das necessidades motivadoras. Quando surgiu o conceito de lucro, trouxe consigo certa resistência para o campo da moral, pois os pensadores estavam acostumados com o equilíbrio de valores que o sistema de trocas trazia igualmente para as partes, enquanto que o lucro passou ser visto como um acréscimo indevido, uma vez que representava vantagem para apenas um lado.

No século XVIII, Adam Smith conseguiu demonstrar, na sua obra *A Riqueza das*

Nações, que o lucro era um condutor de distribuição de renda e de promoção do bem estar social. Daí a origem da relação entre a empresa e sua função social que ficou adormecida por décadas, e era substituída pelo exclusivo desejo de lucros. A partir desse fato foram várias as tentativas de impor o comportamento ético às empresas, frisando seu relacionamento com as partes envolvidas que deveria ser pautado no respeito aos direitos e à dignidade humana.

Porém somente no século XX a ética empresarial ganhou relevância, quando a ONU (Organização das Nações Unidas), realizou uma Conferência Internacional Sobre o Meio Ambiente, com intuito de alertar as empresas sobre a necessidade de se preservar o planeta. Depois disso, vários países abraçaram a causa, reavaliando seus conceitos e reforçando suas leis em prol da responsabilidade social, desde então a sociedade começou a avaliar a postura da empresa com um olhar mais crítico e exigente.

Transcorreu-se então, uma mudança de valores, onde as pessoas despertaram novos interesses e mudaram seus conceitos em relação à figura da empresa, conduzindo-a também, a repensar suas concepções e tirar o foco exclusivo da aquisição de lucro para considerar os interesses da sociedade, caso desejasse se manter viva no mercado.

Mediante tal transição, a ética empresarial surgiu para direcionar as organizações no cumprimento de sua função social, pois ante a nova realidade, “a empresa moderna atua em cenários cada vez mais complexos, praticando operações inovadoras, mesmo quando repetem atividades antigas” (MOREIRA, 1999, p. 33). Por isso, ela precisa de instrumentos orientadores que proporcionem condições reais para atender as novas exigências do corpo social.

Segundo Moreira (1999, p. 27) “A ética empresarial é o comportamento da empresa – entidade lucrativa – quando ela age de conformidade com os princípios morais e as regras do bem proceder aceitas pela coletividade (regras éticas)”.

Portanto, a ética empresarial está relacionada à maneira moralmente correta que as empresas se comportam com o seu meio envolvente, buscando um equilíbrio nas relações através de condutas íntegras que visem o bem comum de todos os seus integrantes (colaboradores, clientes, acionistas, fornecedores, sociedade).

A CONTRAPARTIDA DA ADOÇÃO DE UMA CONDUTA ÉTICA NOS NEGÓCIOS

Segundo Moreira, (1999, p. 32) “os procedimentos éticos facilitam e solidificam os laços de parceria empresarial, quer com cliente, quer com fornecedores, quer ainda, com sócios efetivos ou potenciais. Isso ocorre em função do respeito que um agente ético gera em seus parceiros”.

Além disso, ele ressalta que a razão predominante pela qual a organização deve adotar a prática de bons princípios na execução de seu negócio consiste no fato do corpo social contemporâneo esperar e exigir essa postura das empresas.

“O comportamento ético por parte da empresa é esperado e exigido pela sociedade. Ele 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 e seu mercado, empregados, governo e público em geral” (MOREIRA, 1999, P. 31).

Mediante tal contexto, verifica-se que se a empresa atende essa expectativa da sociedade, naturalmente ela ganha credibilidade e projeta uma imagem positiva, assegurando assim, a sua estabilidade no mercado.

Arruda (2005), defende que o uso de boas práticas promove rendimentos à empresa, pois favorece a consolidação de uma imagem de empresa séria e responsável ao agir de acordo com os anseios do corpo social.

Já Aguilar (1996), mostra em resultados dos seus longos anos de experiência sobre ética empresarial que, quando a empresa desenvolve o senso ético ela preserva as relações internas incentivando naturalmente os empregados a agirem de maneira íntegra e usando de empatia na tomada de decisões.

Além disso, Ele ressalta ainda que “(...) empresas conhecidas por conduta honrada provavelmente atrairão pessoas que adotam fortes valores morais (...)” (AGUILAR, 1996, p.114). Isso ajudará potencializar os princípios éticos na empresa e desestimular os desvios morais, uma vez que a organização terá grande probabilidade de reter apenas pessoas de bom caráter.

Para Alencastro uma empresa íntegra não está sujeita a gastos extras com pagamentos de propinas e aliciações em função de ganhos rápidos, como também não expõe a sua imagem à escândalos de corrupção irreversíveis para a credibilidade da mesma.

“O empresário que obtém um rápido ganho financeiro tirando vantagens de clientes, fornecedores ou empregados pode acusar um lucro um pouco mais alto a curto prazo, mas a confiança perdida no processo pode não voltar mais a ser instaurada em suas relações de negócios. (...)” (ALENCASTRO, 2012, P. 139).

Todos esses fatores evidenciam as vantagens de se adotar uma conduta ética na administração de um negócio, no entanto, para que estes resultados sejam obtidos a empresa precisa definir muito bem suas crenças e aonde ela quer chegar. A mesma tem que estar disposta a abrir mão de propostas tentadoras que estimem o lucro rápido e fácil, bem como, deverá investir no preparo de seus colaboradores para que todos se engajem na sua cultura, evitando assim, desvios morais que possam denegrir a imagem que se almeja alcançar.

CONSOLIDANDO A IMAGEM EMPRESARIAL ATRAVÉS DAS RELAÇÕES INTERNAS

O processo de uma administração ética deve começar pelas relações internas, pois elas são a base para o bom desenvolvimento da empresa, considerando que todas as operações necessárias para atender os clientes são realizadas pelos colaboradores, bem como a otimização do clima organizacional, depende de como os membros da corporação se comportam diante das diversas circunstâncias que compõem o ambiente de trabalho.

Aguilar (1996) defende que a ética empresarial se centraliza nas ações de indivíduos, e que tem a finalidade de resolver problemas de natureza moral, os quais surgem em circunstâncias de pressões ou tentações:

“uma idéia comum, se não tradicional, da ética empresarial é que ela se centraliza em ações de indivíduos, que é orientada para a solução de problemas, que os problemas tendem a ser extraordinários e que ocorrem esporadicamente, em ocasiões de pressões ou tentações incomuns” (AGUILAR, 1996, p.24).

Isso evidencia a importância de se cuidar dos relacionamentos, com intuito de se desenvolver a confiança e o respeito mútuo, estabelecendo uma base para o bom funcionamento da organização. “A construção e a manutenção da confiança na empresa, por seu lado, dependem das pessoas se tratarem com consideração e interesse mútuo. Esse comportamento constitui o núcleo da ética empresarial.” (AGUILAR, 1996, p.23).

Dessa maneira a organização ética é aquela que tem uma preocupação real e constante com as relações de trabalho, se concentrando no fortalecimento de sua cultura organizacional para que esta seja plenamente entendida e acata por todos seus colaboradores, a fim de evitar margens para a prática de atitudes desonestas.

No entanto, vale ressaltar que promover uma conduta ética na organização, alinhando todos os colaboradores numa única cultura, não é uma tarefa fácil, e requer atenção especial e constante seguindo um processo inacabável.

PROMOÇÃO DA ÉTICA NA EMPRESA: UM PROCESSO INCESSANTE

Que a presença da ética no ambiente corporativo é de suma importância para o seu desenvolvimento, não restam dúvidas, porém a adoção efetiva de uma conduta moral implica uma série de ações necessárias para que ela realmente forneça resultados satisfatórios. Sendo importante salientar que mesmo a empresa se esforçando para promover a ética empresarial, ela não está isenta do risco de ser contrariada pela prática de condutas imorais que violem seus princípios, pois cada indivíduo incorpora os valores vigentes num ambiente de forma peculiar, considerando a princípio a contrapartida para a satisfação de suas próprias necessidades.

Segundo Aguilar (1996, p.28):

“Por mais que se esforce, a administração jamais poderá evitar inteiramente os problemas. A fraqueza humana, a natureza inerentemente desnorteante de algumas situações éticas e o aparecimento de questões morais inesperadas constituem algumas das razões por que surgem violações e confrontos até mesmo nos ambientes empresariais mais nobres”.

No entanto, a empresa pode e deve buscar meios para promover e assegurar o melhor desempenho dessa conduta, para isso precisa estar atenta a todos os fatores relacionados a esta questão, saber aonde realmente quer chegar e de que forma fará isso.

Aguilar (1996), frisa que a capacidade da empresa de evitar problemas éticos que podem ser esquivados, e de enfrentar os que não podem, bem como criar um clima organizacional de confiança e respeito mútuo, demanda uma administração hábil, constante e de aplicação geral, tomando como foco os empregados.

Sendo assim, ele destaca que o processo da ética empresarial requer a aplicação de quatro medidas indispensáveis envolvendo o quadro de colaboradores:

- ✓ Desenvolvimento de sensibilidade ética no corpo organizacional, a começar pela alta administração (liderança), a qual irá estender-se posteriormente a toda empresa;
- ✓ Forte estratégia competitiva e administração operacional, que implica na estruturação de uma gerência sólida e eficaz em todos os aspectos buscando explorar o espírito criativo e aventureiro da empresa;

- ✓ Edificação de um programa ético. Após ter-se um alicerce de sensibilidade ética e um gerenciamento eficaz o terceiro passo seria promover a conduta ética em toda empresa, através de medidas e práticas como palestras, treinamentos, etc.;
- ✓ O quarto componente do processo corresponde à pessoal ético, que significa reter para organização apenas aqueles indivíduos que firma-se em fortes princípios morais, pois isso ajuda a empresa fomentar a conduta ética e desestimular ações desleais.

Esse processo demonstrado por Aguilar, expressa a importância de se cultivar a ética na empresa uma vez que todos os departamentos são interligados e, que os relacionamentos internos constituem a base da ética empresarial.

Dessa maneira, constatamos que o processo da ética deve ser contínuo, pois as pessoas são conduzidas por motivações que influenciam suas atitudes mediante as diversas circunstâncias em que se encontram, assim elas precisam ser lembradas sempre de que os desejos predominantes devem ser os da organização, e por sua vez, estes devem ser respeitados e obedecidos.

Para que este fato ocorra na prática é preciso recorrer a instrumentos que definam regras a serem seguidas, e monitorem a obediência às mesmas por parte dos colaboradores.

Pois como observa Arruda (2005, p. 64):

“(…) No dia-a-dia, os valores individuais podem coincidir ou conflitar com os valores da organização, que caracterizam a cultura empresarial. Dessa forma, é fundamental a existência de padrões e políticas uniformes para que os empregados possam saber, em qualquer circunstância, qual a conduta adequada e apropriada”.

Com isso, observamos que tais padrões e políticas precisam ser divulgados e repassados aos colaboradores, para que saibam o certo a seguir e tenham consciência das medidas punitivas que serão tomadas, mediante o descumprimento das regras estabelecidas. Em virtude disso, surgiu o código de ética.

CÓDIGO DE ÉTICA

Em virtude da necessidade de se promover e manter uma conduta ética, frente às diversas bagagens culturais trazidas por cada indivíduo ao compor o quadro organizacional, as empresas verificaram a presença de um instrumento que pudesse regular e uniformizar os valores individuais adequando-os a cultura da empresa e indicando aos empregados a maneira certa de agir.

Sendo assim, Arruda (2005, p. 64), diz que código de ética: “(...) nada mais é do que a declaração formal das expectativas da empresa para com seus executivos e demais funcionários”.

Complementando, Ponchirolli (2011, p. 40), explica que “os Códigos de ética fazem parte do sistema de valores que orientam o comportamento das pessoas, grupos, e das organizações e seus administradores”.

Dado o exposto, podemos verificar a importância do código de ética na propagação das crenças que regem os princípios da empresa, com o intuito de engajar todos os colaboradores nos objetivos da mesma para fortalecer sua cultura organizacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude do mencionado, podemos constatar que sociedade contemporânea caracteriza-se pela presença de pessoas cada vez mais informadas e exigentes que aos poucos vêm inovando os conceitos no mercado, e com isso, as empresas do novo cenário se vêm obrigadas a mudar suas estratégias para atender o bem comum no cumprimento de sua função social. Para isso, elas contam com a ética empresarial que busca nortear a cultura organizacional estabelecendo crenças e padrões uniformes a serem seguidos por todos os envolvidos no negócio.

Dentro desse contexto, a adoção da conduta ética na administração de uma empresa proporciona várias contrapartidas positivas, auxiliando no desenvolvimento organizacional, e conseqüentemente na projeção de uma imagem íntegra e responsável perante a sociedade na qual está inserida. Mas a conquista dos resultados esperados depende de planejamento e investimento na fomentação de princípios éticos para que estes de fato se tornem efetivos na corporação. Contudo, é necessário começar pelas relações internas as quais compreendem o núcleo da ética empresarial, bem como, a base de uma empresa, visto que os colaboradores são responsáveis pelos processos e operações necessários ao atendimento das necessidades dos clientes.

Por outro lado, a implantação da ética na empresa depende de um processo dinâmico e constante, pois como as pessoas são naturalmente induzidas a agirem em prol de suas próprias necessidades, certamente apresentarão conflitos de interesses em relação aos objetivos da empresa, por este motivo, as crenças e os princípios morais da corporação devem ser bem definidos e repassados aos colaboradores para que saibam a atitude correta

diante das diversas circunstâncias as quais são submetidos no ambiente de trabalho.

Para divulgar a cultura da empresa para seus colaboradores, bem como monitorar e cobrar a obediência aos princípios estabelecidos, a administração precisa fazer uso do código de ética, o qual deve ser elaborado com propósito de uniformizar as diferentes culturas que compõem o quadro funcional, e assim orientar o comportamento de todos os integrantes da empresa para um mesmo ideal.

Dado o exposto, podemos verificar que as empresas modernas são seriamente cobradas por uma nova postura e, para se manterem procedentes no mercado o qual estão inseridas elas precisam atender essa demanda social. Diante disso, a ética empresarial oferece o suporte necessário no cumprimento desse papel, orientando a cultura organizacional à prática de atitudes moralmente corretas que possam projetar positivamente a imagem da empresa ajudando-a desenvolver-se integralmente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUILAR, F. J. *A ética nas empresas* / Francis j. Aguilar; tradução Ruy Jung Mann. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996.

ALENCASTRO, M. S. C. *Ética empresarial na prática: liderança, gestão e responsabilidade corporativa* [livro eletrônico] / Mário Sérgio Cunha Alencastro. – Curitiba: Inter Saberes, 2012. 2 MB; PDF. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/disciplina/etica-empresarial-na-pratica>. Acesso em: 17 de julho de 2016.

ARRUDA, M. C. C. *Fundamentos de ética empresarial e econômica*. Maria Cecília Coutinho Arruda. São Paulo: atlas 2005.

MOREIRA, J. M. *A ética empresarial no Brasil*. São Paulo: Pioneira, 1999.

PONCHIROLI, O. *Ética e Responsabilidade Social*. 1º Ed. (ano 2007), 4º reimpr./ Curitiba: Juruá, 2011.