



**Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"**

RENATO BOZZA NETTO

A ÉTICA NO MUNDO EMPRESARIAL MODERNO

**Assis/SP
2016**



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

RENATO BOZZA NETTO

A ÉTICA NO MUNDO EMPRESARIAL MODERNO

Projeto de pesquisa apresentado ao curso de Administração do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Conclusão.

Orientando: Renato Bozza Netto
Orientador: João Henrique dos Santos

Assis/SP
2016

FICHA CATALOGRÁFICA

NETTO, Renato Bozza.

A ética no mundo empresarial moderno / Renato Bozza Netto. Fundação Educacional do Município de Assis –FEMA – Assis, 2016.

Número de páginas: 29

1. Ética Empresarial 2. Responsabilidade Social 3. Valores Éticos

CDD: 658
Biblioteca da FEMA

A ÉTICA NO MUNDO EMPRESARIAL MODERNO

RENATO BOZZA NETTO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Graduação, avaliado pela seguinte comissão examinadora:

Orientador: _____
João Henrique dos Santos

Examinador: _____
Elizete Mello da Silva

“Ética é a concepção dos princípios que eu
escolho, moral é a sua prática”.

Mario Sergio Cortella

RESUMO

A conservação da imagem empresarial é fator crítico de sucesso para a organização. A presença da ética na cultura organizacional facilita esta conservação, imprimindo uma imagem sólida e transparente no mercado. Quando a ética não faz parte dos pilares da organização, algumas ferramentas podem ser desenvolvidas com tal finalidade. Ou ainda, quando um colaborador não apresenta valores éticos na sua conduta pessoal, a empresa pode ajudar a desenvolvê-los. Este trabalho tem como objetivo estudar os conceitos da ética, ética empresarial, responsabilidade social e as práticas desenvolvidas e aplicadas pelas empresas com o intuito de solidificar a ética na cultura empresarial e de seus colaboradores.

Palavras-chave: Ética empresarial, responsabilidade social, valores éticos.

ABSTRACT

The conservation of the corporate image is a critical success factor for any organization. The presence of ethics in the organizational culture facilitates this conservation by building a solid and transparent market image. When ethics is not part of the organization's pillars, some tools can be developed for this purpose. Even when employees has no ethical values in their personal conduct, the company can help them to develop. This research intends to study the concepts of ethics, ethics in business, social responsibility and practices developed and applied by companies in order to solidify ethics in their business culture and in their employees' behavior.

Keywords: Business ethics, social responsibility, ethical values.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. ÉTICA NA ORGANIZAÇÃO.....	9
3. CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA EMPRESARIAL	10
4. ANÁLISANDO CASOS.....	23
4.1. BANCO ITAÚ	23
4.2. RAÍZEN.....	24
4.3. PETROBRAS	26
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
6. REFERÊNCIAS.....	29

1. INTRODUÇÃO

Para uma organização manter-se atraente no mercado, sempre foi um desafio, preservar esta imagem organizacional é indispensável para manter esta atratividade. Tendo como base princípios éticos várias condutas desfavoráveis podem ser evitadas.

O cenário atual é caracterizado pelos avanços tecnológicos e isso acaba influenciando mudanças de comportamento nos clientes, concorrentes e colaboradores.

A globalização está facilitando a entrada de concorrentes no mercado nacional, as vezes até desleais, mais estes concorrentes desleais não duram muito no mercado. As organizações buscam um trabalho visando reconhecimento há longo prazo e este trabalho só será reconhecido se for bem qualificado e transparente. No mercado atual a comparação do valor do produto ou serviço oferecido vem sendo deixado de lado, a qualidade também não é um diferencial, o consumidor moderno está à procura de empresas que oferece seu produto com um valor agregado, o serviço extra que é oferecido pela empresa e também o reconhecimento da marca deste produto. Com colaboradores cada vez mais informados e capacitados o tratamento entre empresário e colaborador tem que seguir um nível ético, pois os mesmos não aceitaram abuso de seus líderes e baixo reconhecimento, estes colaboradores precisam ser cada vez mais conquistados pela empresa e motivados a continuar com seu trabalho sendo bem executado em prol do sucesso empresarial.

Para que a exigência do mercado seja atendida e de extrema importância que a ética seja encontrada nas relações diárias da organização, dentre clientes, colaboradores e o meio onde a empresa está inserida.

Este trabalho tem como objetivo estudar o conceito de ética e ética empresarial verificar e analisa influência e a importância da ética sobre a cultura organizacional.

2. ÉTICA NA ORGANIZAÇÃO

Com as organizações querendo se destacar cada vez mais umas das outras, fica claro que os seus atos passam a ser mais discutidos perante seus clientes ou futuros clientes, sendo assim vamos pensar em uma organização que não se compromete com seu colaborador não dá a ele um local seguro para o trabalho uma carteira assinada, ou esta organização não se preocupa com o destino dos restos de materiais não utilizados e descarta os mesmo em locais indevidos.

Como podemos confiar em uma empresa como está? Agora se esta empresa passa a se preocupar com o seu colaborador passar a tratá-lo com ética reconhecendo o seu trabalho e motivando a crescer junto com a organização, se a empresa passar a se preocupar com o meio onde ela está inserida através de descarte corretos de matérias não utilizados e projetos sociais isto fara com que o seu trabalho seja reconhecido e isto vai passar uma confiança para seu cliente e dará a eles um motivo para escolher sua organização.

Aplicar ética na organização é uma maneira de reduzir certos conflitos, mostrando de uma maneira transparente para o cliente quais são os pilares de sua empresa. Uma das etapas para alcançar o sucesso e liderar seus colaboradores de forma ética onde você como líder terá a finalidade de fazer com que cada colaborador se empenhe em seu trabalho usando formas de elogios afim de trazer os seus objetivos para junto dos objetivos da empresa. Quando falamos da ética empresarial para com o meio onde a empresa está inserida devemos tomar como base a ética na relação como a empresa investir em projetos sociais onde pode devolver para a população algo que seja favorável. Isso trará certa credibilidade para organização.

Um estudo sobre ética a fim de mostras as necessidades de uma organização em seguir padrões éticos para buscar um melhor aproveitamento para com seus colaboradores e um reconhecimento perante seus clientes. Este trabalho ira mostra de qual maneira a organização devera se comportar para que em longo prazo seu trabalho possa ser reconhecido e seu produto ou serviço diferenciado dos demais concorrentes

A partir de uma pesquisa sobre Ética organizacional objetivamos ainda:

- Elencar conceitos éticos da organização perante a sociedade

- Relações éticas entre empresário e colaborador.

Nos últimos anos a comparação de preços como papel de desempate na escolha por um produto vem sendo deixado de lado onde a qualidade também não é mais um diferencial o consumidor exigente procura o valor que a marca deste produto tem, portanto quanto mais a empresa trabalha suas relações e normas éticas este diferencial será alcançado.

3. CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA EMPRESARIAL

Nos dias atuais, cada vez mais as empresas estão elaborando o seu código de ética e conduta empresarial e exigindo o seu cumprimento pelos seus dirigentes, empregados e colaboradores, dada a importância e relevância da ética em todas as relações na sociedade e na relação entre empregador e empregados.

Quando falamos em ética estamos relacionando estudos fundamentados dos valores morais que orientam o comportamento humano em sociedade.

A palavra “ética” vem do Grego “ethos” que significa “modo de ser” ou “caráter”. Ética é um conjunto de conhecimentos extraídos da investigação do comportamento humano ao tentar explicar as regras morais de forma racional, fundamentada, científica e teórica. É uma reflexão sobre a moral.

De acordo com Cortella (2009, p. 83) a base da ética está relacionada a três perguntas que devemos nos fazer: Quero? Devo? Posso?

“Há coisas que eu quero, mais não devo. Há coisas que eu devo, mais não posso. Há coisas que eu posso, mais não quero. Quando você tem paz de espírito? Quando você tem um pouco de felicidade? Quando aquilo que você quer é o que você deve e o que você pode”

Isto nos leva a pensar nas nossas decisões enquanto empresários e colaboradores onde devemos nos perguntar se o que estamos fazendo está certa ou errada, se o jeito que estou agindo está correta.

Uma empresa para trazer ética para o dia a dia precisa manter vivas estas questões entre seus funcionários fomentando a reflexão e o comportamento crítico. Cortella (2009, p.84) como deve ser tratada a ética na organização.

[...] a ética é uma plantinha frágil que deve ser regada diariamente. E a melhor forma de fazer isso é trazer o tema para o cotidiano, lembrando que a ética não é algo que nos dê conforto, mal algo que nos coloca dilemas [...]

Para Dias (2012, p.191), ética empresarial é:

[...] estudo e aplicação da moral ao mundo da empresa. Compreende o conjunto de valores e normas que vinculam seus membros na forma de ideias e obrigações compartilhadas, em torno do que é bom ou mau, ao que é correto e incorreto. É a aplicação dos princípios gerais da ética a um campo específico da ação humana: a empresa. [...]

Para Ashley no livro (2005, p.04) o termo Responsabilidade Ética corresponde

[...] Responsabilidade ética corresponde a atividades, práticas, políticas e comportamentos esperados (no sentido positivo) ou proibidos (no sentido negativo) por membros da sociedade, apesar de não codificados em leis [...]

Essas responsabilidades éticas correspondem a valores morais específicos. Ashley (2005, p.04) ainda afirma que:

[...] valores morais dizem respeito a crenças pessoais sobre comportamento eticamente correto ou incorreto, tanto por parte do próprio indivíduo quanto com relação aos outros [...]

É nessa hora que os valores Éticos e Morais se complementam. A palavra “moral” tem origem no termo latino “*morales*” que significa “relativo aos costumes”. Moral é o conjunto de regras aplicadas no cotidiano e usadas continuamente por cada cidadão. Essas regras

orientam cada indivíduo, norteando as suas ações e os seus julgamentos sobre o que é moral ou imoral, certo ou errado, bom ou mau.

Com os efeitos da economia global é a adoção, por todo o mundo, de padrões éticos e morais mais rigorosos, seja pela necessidade das próprias organizações de manter sua boa imagem perante o público, seja pelas demandas diretas do público para que todas as organizações atuem de acordo com tais padrões.

De acordo com Ashley (2005, p.06):

[...] valores éticos e morais sempre influenciaram as atividades das empresas, mas estão se tornando cada vez mais homogêneos e rigorosos. O que está ocorrendo é mais do que mera resposta dos negócios as novas pressões sociais e econômicas criadas pela globalização [...]

A pressão que o mercado globalizado está exercendo nas empresas está fazendo com que elas necessitem se autoanalisar continuamente, a fim de reger o modo como seus negócios são feitos em todo o mundo.

Para Ashley (ano, p.07):

[...] dizer que a crescente atenção a ética e a responsabilidade social corporativa, bem como a ideia de que as organizações do terceiro milênio precisam ser socialmente responsáveis se quiserem sobreviver em meio a competição cada vez mais acirrada [...]

Para Dias (2012, p.01):

[...] a Responsabilidade Social está diretamente relacionada com as intensas mudanças e transformações que estão ocorrendo no mundo e que envolvem de todas as formas as empresas, seja como autores fundamentais e responsáveis diretamente pelos acontecimentos ou como agentes afetados pelas ocorrências no âmbito sociocultural, econômico e ambiental [...]

Quando uma empresa é inserida de forma integral na sociedade, interagindo com suas instituições, com os cidadãos e com seus representantes é fundamental que ela siga os valores éticos e morais de onde está sendo inserida.

Levando em consideração estas mudanças, para Dias (ano, p.03):

[...] é predominante, no âmbito econômico, onde a empresa deve continuar operando gerando utilidades; no trabalhista com a melhoria da produtividade dos funcionários e; na comunidade, onde deve atuar em harmonia no entorno onde estão localizadas [...]

Ao mesmo tempo em que se valoriza mais a dimensão cultural do mundo, da vida em sociedade e das próprias organizações também se ressaltam mais alguns valores culturais específicos como responsabilidade e moralidade.

Para Ashley (2005, p.09):

[...] Responsabilidade e moralidade são noções especialmente importantes para o conceito de responsabilidade social corporativa [...]

Para uma empresa que quer ser bem vista na sociedade é importante agir de maneira correta para com o próximo, sendo o próximo entendido de forma mais abrangente possível.

Para Ashley (2005, p.09):

[...] Responsabilidade para com o próximo não deixa de ser um valor cultural além de um princípio ético e um valor moral, uma vez que se situa no nível das estruturas mentais de interpretação da realidade – a cultura. [...]

Ao atuarem as empresas geram impactos de diversos tipos. A identificação de tais efeitos tanto negativo quanto positivos é fundamental para compreender o sentido de sua ação.

Para Dias (2012, p.03):

[...] São impactos econômicos, porque a vida e o futuro das pessoas dependem em grande medida das decisões de investimentos, localização, relocação e deslocamento das empresas nas diferentes localidades e países. [...]

[...] também são ambientais porque os processos produtivos e os produtos gerados afetam o ambiente natural. Por outro lado, há um aumento da demanda global por produtos, que por sua vez são gerados a partir de recursos naturais o que contribuem para o seu gradativo esgotamento. [...]

[...] os impactos sociais são elevados, principalmente aqueles relacionados às grandes corporações pelas modificações que impõe nas sociedades onde se localizam, alteram as relações sociais, facilitam para alguns e ao mesmo tempo dificultam para outros a ascensão social, aumentando a exploração do trabalho humano e contribuem para a modificação do espaço onde se instalam, além de provocar a mudança de valores, hábitos e costumes estabelecidos. [...]

Se essas mudanças que a empresa causa tiver um reflexo positivo, isso atrairia os olhares da sociedade e de seus futuros clientes para seu produto ou serviço. Porém se essas mudanças tiverem um reflexo negativo, dificultaria a relação da empresa para com a sociedade e com os seus consumidores.

Para Dias (2012, p.04):

[...] Todos os impactos provocados pelas empresas ocorrem em um contexto em que o Estado e os sindicatos, poderes que de algum modo ao longo do século XX se contrapuseram ao poder do mercado e dos empresários, estão reduzindo sua capacidade de intervenção diante da globalização econômica e, principalmente, diante da facilidade das empresas e seus processos produtivos se deslocarem para qualquer parte do mundo, quando julgam convenientes para manter suas margens de lucro. [...]

Para Dias (2012, p.05):

[...] O verdadeiro motor da responsabilidade social nos últimos anos é que muitas empresas compreenderam que suas estratégias de competitividade num ambiente global não podem se basear na degradação ambiental, nem no desrespeito nas cláusulas social, nem na resistência ao cumprimento de normas internacionais em matéria de direitos humanos, mas que ao contrário, é o atendimento das exigências das sociedades o que incrementa a competitividade, pois incorpora padrões de excelência que cada vez mais são levados em consideração pelo consumidor. [...]

Isso mostra que a ação da empresa está diretamente relacionada com a credibilidade conquistada pelos seus atos. Fazendo com que tenha uma boa visão perante o mercado, pelo seu comprometimento com a responsabilidade social e ética.

Para um bom funcionamento de uma organização é necessário que dentro da mesma tenha os tomadores de decisões.

Para Ashley, (2005, p.17):

[...] os tomadores de decisão atuam, na maioria das vezes, apenas como agentes dos proprietários da empresa, isto é, agem no interesse dos proprietários que a eles delegaram tal função. [...]

A decisão dos tomadores de decisão é essencial para a organização onde os mesmos devem de algum modo, mesclar sua ética pessoal com os valores e critérios de desempenho da organização.

Para Ashley, (2005, p.17):

[...] muitas das condutas antiéticas de um gerente resultam da tentativa de atingir metas que ele foi pressionado a alcançar. Quando o funcionário encontra-se sob pressão, a tentação de salvar o cargo ou seu emprego pode ser maior que o apego a ética nas práticas de gestão. [...]

Uma decisão empresarial pode afetar muitos grupos de pessoas de maneira desigual no tempo e no espaço.

Para Ashley, (2005, p.17):

[...] como os indivíduos possuem valores morais diferenciados, as organizações devem ser explícitas com referência a suas expectativas e ao que seja seu padrão moral – o que é certo e o que é errado no seu “fazer negócio” [...]

Com isso a organização evitará certas divergências para com seus princípios éticos e morais.

Além da preocupação das organizações com seus princípios éticos e morais, temos que analisar se dentro da mesma na relação entre patrão e subordinado ou gerente e subordinado temos que analisar estes casos também e de extrema importância, se esta empresa trabalha em harmonia ela será vista como uma empresa repleta de virtudes, como a honestidade, a transparência e a integridade de conduta.

Para Ashley, (2005, p.18):

[...] A alta gerência deve não somente explicar seu apoio a esse código como também demonstrar ostensivamente que opera com base nele, na prática de seu cotidiano e não apenas na intencionalidade de seu discurso. A atitude e o comportamento da alta gerência em relação ao código de ética da empresa dão o tom para a atitude e o comportamento dos funcionários a ela subordinados. [...]

Quando uma empresa está implementando um código de ética obrigatoriamente envolve o trabalho de comunicar suas necessidades sua necessidade e seu valor a todas as pessoas da organização, a fim de garantir sua aprovação e seu apoio.

Para Ashley, (2005, p.19):

[...] a implementação de um código de ética envolve ainda a informação de que o código não deve ser violado, mas os executivos precisam ser cautelosos nas proibições. Não devem, por exemplo, fazer uma lista de condutas antiéticas, uma vez que não viáveis relacionar todos os casos possíveis, e os funcionários poderiam pensar que tudo o que não está na lista é considerado ético e legítimo. [...]

Para Dias, (2012, p.20):

[...] A RS é um conjunto de ideias e práticas da organização que fazem parte de sua estratégia e que tem como objetivo evitar prejuízos e/ou gerar benefícios para todas as partes interessadas na atividade da empresa, adotando métodos racionais para atingir esses fins e que deve resultar em benefícios tanto para a organização como para sociedade. [...]

Para Dias, (2012, p.23):

[...] uma empresa pode ser considerada atuante em termos de responsabilidade social se desenvolve iniciativas voluntarias, alem das exigências legais [...]

[...] integra em sua gestão preocupações sociais e ambientais, além das econômicas [...]

Ainda Dias, (2012, p.23): uma empresa socialmente responsável é:

[...] é aquela que desenvolve completamente seu potencial e considera as necessidades de seu entorno social, econômico e ambiental no qual atua, integrando o conceito RS em sua cultura organizacional e assumindo que busca por maior competitividade deve estar vinculada à perspectiva de contribuir para o desenvolvimento sustentável. [...]

Para Ashley (2005, p.08):. Responsabilidade Social é:

[...] um conjunto de mecanismos simbólicos que utilizam para organizar a realidade. Valores culturais são significados e regras de interpretação da realidade, estruturas cognitivas e simbólicas que determinam o contexto no qual o ser humano, sendo sempre um ser social pensa e age [...]

Não há pessoas, empresas ou países sem cultura, segundo Ashley (2005, p.08):

[...] toda sociedade funciona de acordo com princípios, valores e tradições culturais específicos, que determinam os pensamentos e comportamentos

de indivíduos, grupos e instituições, em geral. Além de princípios éticos e valores morais, temos também princípios e valores culturais influenciando os modos de ação e práticas administrativas e, portanto, o mundo como a responsabilidade social corporativa é concebida e implementada em determinada sociedade. [...]

O conceito de cidadania corporativa é muito semelhante ao de Responsabilidade social.

Para Dias (2012, p.56):

[...] A cidadania corporativa deve ser entendida como o modo de concretizar, ou de se realizar na prática, a RS (Responsabilidade Social) nas empresas, levando em consideração o princípio básico de que as organizações não são entidades isoladas, mas que fazem parte da sociedade, como qualquer indivíduo que assume a condição de cidadão. [...]

Com isso as empresas podem ser consideradas partes integrantes do cotidiano das pessoas segundo Dias (2012, p.55):

[...] as empresas podem ser consideradas como parte integrantes da realidade cotidiana das pessoas, não somente pelos serviços que essas utilizam e dos produtos que consomem, mas também porque as empresas devem ser consideradas como sujeitos que participam da sociedade, constituem novos atores sociais, ampliando desse modo seu campo de ação. A empresa não deve mais ser considerada somente como um agente economicamente ativo, mas também como um agente social atuante. [...]

Uma contribuição recente ao vocabulário da RS (Responsabilidade Social) é o conceito de licença social.

Para Dias (2012, p.57):

[...] licença social é uma permissão informal, intangível e não permanente da comunidade para as empresas operárias. A licença social não é concedida por nenhuma organização, não se trata de documento escrito,

no entanto está se tornando cada vez mais uma permissão de operação das mais importantes para qualquer organização. [...]

O conceito de licença social é abstrato, variando sua interpretação em cada caso, pois está baseada nas crenças, percepções e opiniões da população local e outros grupos interessados nas atividades das empresas.

Segundo Dias (2012, p.58):

[...] as empresas obtêm a licença social da comunidade para operar quando adquirem legitimidade social no sentido definido por Mark Suchman. Este autor define legitimidade como “uma percepção generalizada de que as ações empresariais são desejáveis, próprias e apropriadas dentro de um sistema de normas sociais, valores, crenças e definições” [...]

[...] a licença social “é baseada no cumprimento das exigências legais (embora a violação dessas exigências possa comprometer a licença social), mas sim sobre o grau em que uma empresa e suas atividades são aceitas pelas comunidades locais, a sociedade em geral e vários grupos constituídos”. [...]

Caso a comunidade não esteja satisfeita com o desempenho da organização, pode revogar a licença social e condenar a empresa ao desaparecimento.

Para Dias (2012, p.93) a responsabilidade social e questões éticas e culturais:

[...] a responsabilidade social (RS) é fundamentalmente baseada em valores, o que é bom, justo, saudável, sustentável e tem como um dos seus fundamentos a transparência. Os valores constituem a base do conceito de responsabilidade social, a conduta ética das empresas é o que se espera destas quando se tem em mente uma ação socialmente responsável. [...]

[...] responsabilidade social pode ser entendida como um contrato moral, um intercambio reciproco de expectativas entre as empresas e a sociedade. [...]

Para Dias (2012, p.94):

[...] o comportamento das empresas não pode ser considerado um produto de soma das diferentes éticas pessoais daqueles que a integram, em particular de suas lideranças, mas deve ser considerada uma ética coletiva, que é assumida por todos, e não pertence a ninguém em particular e: nesse sentido, é que se remete à cultura organizacional para explicitar e identificar está identidade coletiva, constituída ao longo do tempo em que se expressa através do compartilhamento de expectativas comuns. [...]

Reputação corporativa para Dias (2012, p.88):

[...] pode ser entendida como prestígio consolidado e fundamentado que uma entidade obtém diante de todas as partes interessadas após ter atendido as expectativas legítimas destes [...]

[...] podemos considerar que as empresas com boa reputação são aquelas que atrairão os trabalhadores mais qualificados, as que buscarão com mais transparência padrões de excelência comercial e procurarão oferecer um serviço satisfatório a seus clientes, tendo uma consequência positiva em seus balanços econômicos. [...]

A empresa e a ética da responsabilidade social.

Para Dias (2012, p.196), responsabilidade Social Empresarial (SER) é:

[...] a RSE supõe práticas de negócio transparentes e baseada em valores éticos, integrando nas suas atividades tradicionais a preocupação pelo ambiente e a sociedade [...]

[...] A RSE afeta a própria gestão das empresas, tanto nas suas atividades produtivas e comerciais, como nas suas relações com os stakeholders [...]

Definição de Stakeholder: qualquer pessoa ou grupo interno ou externo à organização que possa afetar ou ser afetado pelas políticas, objetivos, decisões e ações desta.

Para Dias (2012, p.100):

[...] as empresas têm responsabilidade social porque se pressupõe que toda organização está consciente de que sua atividade gera impacto, tem a condição de controlar as suas ações, bem como a capacidade de prever as consequências de seus atos. Uma vez aceita essa premissa, atuar responsabilmente é uma consequência, não basta limitar-se a proclamar sua intenção de tomar essa atitude, deve-se levar em consideração a ética da responsabilidade. [...]

Para Dias (2012, p.101):

[...] uma empresa deve ser considerada como um ator a mais na sociedade, e como tal deve lhe ser aplicada o conceito de cidadania corporativa, ou seja, além dos direitos que lhes correspondem como agente econômico, também deve responder por suas ações e suas consequências. Como a empresa afeta a um conjunto de indivíduos, estes deveriam ser considerados como agentes econômicos diretamente envolvidos nas decisões empresariais. [...]

Os benefícios de ser uma empresa com boa reputação perante a sociedade, para Dias (2012, p.101):

[...] uma empresa socialmente responsável se beneficia de sua boa reputação diante do público e da comunidade empresarial, aumentando simultaneamente sua habilidade de atrair capital e potencial parceiro, na medida em que gera lealdade e confiança em seus principais públicos. [...]

Para Dias (2012, p.103):

[...] a ética empresarial conduz a uma concepção plural da empresa como instituição social consciente de que somente levando em conta em suas

decisões todos os grupos envolvidos em seu desenvolvimento, poderá alcançar a confiança necessária para seu funcionamento. Esse é o dever moral que apresenta a ética empresarial, a perspectiva ética que deve recolher a RS e da qual depende sua reputação e credibilidade. [...]

A responsabilidade social, as ONGs e o setor privado.

Para Dias (2012, p.105):

[...] A adoção de uma estratégia de Responsabilidade Social (RS) fica facilitada quando a empresa estabelece parcerias que viabilizem suas interações com diversas partes interessadas [...]

Definição do termo ONG para Dias (2012, p.106):

[...] O termo ONG é muito amplo e abrange muitos tipos diferentes de organizações. No campo da ajuda ao desenvolvimento, as ONGs abrangem um amplo aspecto [...]

[...] Basicamente, a responsabilidade social nessas organizações deve ser entendida como questão de coerência entre o “modo de fazer” e a “razão de ser” da organização. Ou dito de outro modo, o cotidiano da ONG, suas ações e intervenções deve estar em sintonia com a sua missão, seus valores maiores, e que são a razão de sua existência. [...]

Para Dias (2012, p.111):

[...] A interação entre os diferentes setores sociais – públicos e o terceiro setor – permite abrir caminho para uma sociedade mais sustentável em que cada ator evolui no sentido de ampliar seu âmbito de ação, tendo como objetivo aumentar sua capacidade de intervenção na resolução de problemas que afetam a sociedade de modo geral ou particular [...]

4. ANÁLISANDO CASOS

Nesta etapa pretendo mostrar como as empresas atuam no mercado de maneira ética e com responsabilidade social pegando exemplos concretos de organizações conceituadas.

4.1. BANCO ITAÚ

Princípios da identidade do Banco Itaú: Uma empresa voltada para o crescimento, a eficiência e a satisfação dos clientes, baseada na conduta empresarial ética e no desenvolvimento sustentável.

Para evitar desvios morais e favorecimentos indevidos para o Itaú Unibanco ou terceiros, incentivamos a tomada de decisão eticamente orientada. A fim de concretizar essas diretrizes:

- Alinhamos as atividades, negócios e operações das empresas da organização com a Visão, Cultura, Política de Sustentabilidade, Código de Ética e demais compromissos expressos em nossas políticas de gestão de pessoas, gestão de riscos, controle financeiros, auditoria, compliance, controles internos e segurança corporativa.
- Fornecem de forma clara e correta as informações que nossos públicos de relacionamento e a sociedade necessitam para tomar decisões em relação a nossa organização.
- Não usam qualquer forma de artifício, imposição ou constrangimento em nossas atividades, operações e negócios.
- Protegem as informações não públicas de modo a evitar que seus vazamentos prejudique a organização, seu público de relacionamento é a sociedade em geral, assim como as relações de confiança estabelecidas entre nós e esse públicos.
- Consideram, em suas operações e negócios os dilemas e os riscos relacionados a temas sensíveis relativos à preservação do meio ambiente e ao combate à

criminalidade, tais como: comércio de armas, mineração, cassinos, pesquisa com animais, entre outros.

Com apenas estas citações de comportamentos e responsabilidades, podem ser observados que a Organização Itaú está comprometida não somente com seus colaboradores mais também com seus clientes, pensando desde a maneira como tratar seu colaborador de forma ética afim que eles reflitam esses comportamentos para os clientes, maneiras de relacionamento em seus negócios a fim de mostrar exatamente o que está propondo e deixar o cliente por dentro de cada assunto.

Em sua responsabilidade social o Itaú não está pensando somente no presente, esta empresa está olhando para o futuro não somente dela mais sim de seus clientes pensando em de que maneira retribuir o a confiança que e lhe dada.

4.2. RAÍZEN

O objetivo da Raízen é realizar de forma eficiente, responsável e lucrativa as atividades de distribuição de combustíveis e de agroindústria incluindo a produção e comercialização de açúcar e etanol, a cogeração de energia e outros negócios específicos.

Para que esta empresa consiga dar sustento aos seus objetivos foram criados vários princípios de negócio sendo eles:

- **Econômico:** Rentabilidade de longo prazo é essencial para alcançar as metas de negócio da Raízen e seu crescimento contínuo. É uma medida tanto da eficiência quanto do valor que os clientes depositam nos produtos e serviços da Raízen. Ela fornece os recursos necessários para o investimento permanente, necessário para desenvolver e garantir o futuro abastecimento de energia e para atender às necessidades dos clientes. Sem lucro e sem uma sólida base financeira não seria possível cumprir com as nossas responsabilidades. Os critérios para as decisões de investimento e desinvestimento incluem considerações de desenvolvimento sustentável (econômico, social e ambiental) e uma avaliação detalhada dos riscos do investimento.
- **Competição:** A Raízen apoia a livre iniciativa e livre competição. Competimos de forma justa e ética dentro do arcabouço da Lei, em especial a legislação de

concorrência aplicável, e não impedimos que outras empresas concorram livremente conosco.

- **Integridade de negócios:** A Raízen insiste na honestidade, integridade e justiça em todos os aspectos de suas atividades e espera o mesmo daqueles com quem faz negócios. Todos os funcionários devem evitar conflitos de interesses entre as atividades realizadas na sua vida pessoal e as atividades realizadas na condução dos negócios da Raízen. Todas as transações comerciais em nome da Raízen devem ser refletidas de forma adequada na contabilidade da Raízen, em conformidade com os procedimentos estabelecidos e com a lei aplicável, e estão sujeitas a auditoria (interna e externa) e a divulgação.
- **Atividades políticas:** A Raízen age de forma socialmente responsável, de acordo com as leis dos países em que atua na busca de seus legítimos objetivos comerciais. Ao tratar com governos, a Raízen tem o direito e a responsabilidade de divulgar a sua posição sobre quaisquer assuntos que a afetem, ou a funcionários ou a sociedade, de forma consistente com seus valores e Princípios de Negócio.
- **Saúde, segurança e meio ambiente:** A Raízen possui diretrizes claras para a saúde, segurança e gestão ambiental, a fim de alcançar uma gestão contínua do desempenho sustentável nestas áreas. Para esse efeito, a Raízen gerencia essas questões como atividades críticas de negócios, estabelece normas, metas para melhoria, medições, avalia e divulga o desempenho externamente. Estamos sempre em busca de formas de realizar nossas operações, produtos e serviços de maneira sustentável.
- **Relacionamento com comunidades:** A Raízen contribui para o bem-estar das comunidades nas localidades onde atua, mapeando e acompanhando os impactos relacionados às suas atividades agrícolas, industriais e comerciais de acordo com as características de cada negócio. Nas comunidades em que existem unidades produtivas em operação, a companhia realiza atividades de cunho social ligadas à educação, saúde, cultura e cidadania. A Fundação Raízen e as gerências de Patrocínios e Relações Exteriores e de Responsabilidade Social coordenam os investimentos sociais da Raízen e desenvolverá programas com foco no crescimento cultural, social, educativo e profissional dos moradores das comunidades com as quais se relaciona.

- Comunicação e engajamento: A Raízen se compromete com a divulgação do seu desempenho, fornecendo informações completas para as partes legitimamente interessadas, sem prejuízo da confidencialidade de suas atividades. Em nossas interações com funcionários e terceiros e sociedade, manteremos um relacionamento honesto e responsável.
- Conformidade: Cumprimos todas as leis nos países em que operamos, respeitando todas as instâncias do direito.

Estes princípios servirão de suporte para a empresa, tendo como intuito mantê-la no caminho certo para que seus objetivos sejam alcançados.

Como a Raízen é uma empresa que possui um grande porte e atua no setor agrícola é necessário um número alto de funcionários, isto acaba gerando um alto nível de empregabilidade para a região onde ela está instalada, e certos cuidados com o meio ambiente, pois os materiais usados em sua produção é extremamente prejudicial ao meio ambiente, fazendo com que a empresa não pense somente nela e sim no meio em que está inserida, proporcionando uma qualidade de vida melhor para seus colaboradores e mantendo o meio ambiente despoluído.

4.3. PETROBRAS

Conceitos de ética para Petrobras:

- O respeito à vida e a todos os seres humanos, a integridade, a verdade, a honestidade, a justiça, a equidade, a lealdade institucional, a responsabilidade, o zelo, o mérito, a transparência, a legalidade, a impessoalidade e a coerência entre o discurso e a prática são os princípios éticos que norteiam as ações do Sistema Petrobras.
- O respeito à vida em todas as suas formas, manifestações e situações é o princípio ético fundamental e norteia o cuidado com a qualidade de vida, a saúde, o meio ambiente e a segurança no Sistema Petrobras.
- A honestidade, a integridade, a justiça, a equidade, a verdade, a coerência entre o discurso e a prática referenciam as relações do Sistema Petrobras com pessoas e instituições, e se manifestam no respeito às diferenças e diversidades de condição

étnica, religiosa, social, cultural, linguística, política, estética, etária, física, mental e psíquica, de gênero, de orientação sexual e outras.

Quando falamos de ética na Petrobras vem um pensamento sobre todos os escândalos envolvendo seu líderes, este papel que esta organização está colocando como seus princípios éticos estão sendo realmente levando em conta? A prática de desvio de dinheiro e a falta de transparência nas suas ações colocam por terra seus princípios.

Como sua matéria prima está ligada ao meio ambiente a organização preza por suas ações neste sentido trabalhando dentro de seu código de ética.

Esta falta de comprometimento com o seu próprio código fez com que os valores de suas ações e a confiança de seus investidores despencassem e sua reputação manchada.

Com um atual presidente a Petrobras tenta reerguer suas ações fazendo com que investidores voltem a ter interesse pela organização.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao tratar do tema “ética no mundo empresarial moderno” onde foi colocado em relevância a importâncias dos pilares éticos dentro da organização, um bom relacionamento entre empresa com o seu colaborador e empresa perante o meio onde ela está instalada colocando como umas de suas prioridades a responsabilidade social.

Podemos observar que o mundo este cada dia mais competitivo tendo em vista está competição as empresas estão buscando meios para se destacar perante os seus consumidores, descobri através desta pesquisa que este destaque tão almejado pelas empresas pode ser conquistado através da ética, como o mundo este cada vez mais competitivo também os consumidores estão cada vez mais rigorosos com a suas escolhas. Tendo em vista a transparência e a forma ética da empresa e suas responsabilidades sociais tratadas das de maneira correta e possível agregar valor ao produto ou serviço oferecido pela empresa.

A responsabilidade social e conceitos éticos perante a sociedade demonstra que a empresa não está se preocupando somente com seu lucro próprio e sim com o bem-estar de todos incluindo seus colaboradores, meio ambiente e sociedade.

Os pilares da éticas dentro de uma empresa é fundamental para que seus objetivos sejam alcançados fazendo com que cada etapa durante este processo possam ser coordenadas corretamente e atinja seus objetivos.

6. REFERÊNCIAS

Referencias bibliográficas:

ASHLEY, Patrícia A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2005.

CORTELLA, Mario S. **Inquietações positivas sobre gestão, liderança e ética**. 8ª edição. Petrópolis: Vozes, 2009.

DIAS, Reinaldo. **Responsabilidade social: fundamento e gestão**. São Paulo: Atlas, 2012.

Referencias digitais:

Código de ética Itaú Unibanco. Disponível em: <https://www.itaú.com.br/_arquivosstaticos/RI/pdf/CodigoEtica2013.pdf> Acesso em 31. Mai.2016

Código de ética. Disponível em: <<http://www.petrobras.com.br/pt/quem-somos/perfil/transparencia-e-etica/>> Acesso em 07. Jun.2016

Código de conduta Raízen. Disponível em: <http://www.raizen.com.br/sites/default/files/codigo_de_conduta_finalgrafica_09122015.pdf> Acesso em 31/05/2016> Acesso em 05. Jun.2016.