

A importância do comportamento ético nas organizações

Carmen Steiner Toi, marketingfaq@wnet.com.br, Av. das Araucárias, s/n, fone: (46) 559-1142
Quedas do Iguaçu-PR, 85460-000

Eliane Rodrigues do Carmo (FAQ), li.rodrigues@uol.com.br, R. Recife, 2414, (45) 226-5630
Cascavel-PR, 85807-060

RESUMO

Este trabalho apresenta uma análise da importância do comportamento ético nas organizações visto que, nestes tempos de globalização e reestruturação competitiva, as empresas que se preocupam com a ética e conseguem converter suas preocupações em práticas efetivas, mostram-se mais capazes de competir com sucesso e conseguem obter não apenas a satisfação e a motivação dos seus profissionais, mas também resultados compensadores em seus negócios. Ética, enquanto filosofia e consciência moral, é essencial à vida em todos os seus aspectos, seja pessoal, familiar, social ou profissional. Assim, enquanto profissionais e pessoas, dependendo de como nos comportamos, por exemplo, em nossas relações de trabalho, podemos estar colocando seriamente em risco nossa reputação, nossa empresa e o sucesso em nossos negócios. A sobrevivência e evolução das empresas e de seus negócios, portanto, estão associadas cada vez mais a sua capacidade de adotar e aperfeiçoar condutas marcadas pela seriedade, humildade, justiça e pela preservação da integridade e dos direitos das pessoas.

Palavras-Chave: Ética; comportamento; organizações.

1 INTRODUÇÃO

O comportamento ético no momento em que o mundo passa por grandes mudanças. As empresas se reformam e se transformam para sobreviver a essas mudanças e atender melhor seu consumidor. Assim, hoje, para um sucesso continuado, o desafio maior das empresas é ter uma ética interna que oriente suas decisões e permeie as relações entre as pessoas que delas participam e, ao mesmo tempo, um comportamento ético inequivocadamente reconhecido pela comunidade.

Se a empresa, como espaço social, produz e reproduz esses valores, ela se torna importante em qualquer processo de mudança de perspectiva das pessoas; tanto das que nela convivem e participam quanto daquelas com as quais essas pessoas se relacionam. Assim, quanto mais empresas tenham preocupações éticas mais a sociedade na qual essas empresas estejam inseridas tenderão a melhorar no sentido de constituir um espaço agradável onde as pessoas vivam realizadas, seguras e felizes.

2. O QUE É ÉTICA?

Numa definição bem geral, como disciplina ou campo de conhecimento humano, ética se refere a teoria ou estudos sistemáticos sobre a prática moral. Dessa forma ela analisa e critica os fundamentos e princípios que orientam ou justificam determinados sistemas e conjunto de valores morais. É, em outras palavras, a ciência da conduta, a teoria do comportamento moral dos homens em sociedade.

A ética parte do fato da existência da moral, isto é, toma como ponto de partida a diversidade de morais no tempo, com seus respectivos valores, princípios e normas. Como teoria, não se identifica com os princípios e normas de nenhuma moral em particular e tampouco pode adotar uma atitude indiferente ou eclética diante delas. Como as demais ciências, a ética se defronta com fatos. Que estes sejam humanos implica, por sua vez, em que sejam fatos de valor.

Mas nada disso altera minimamente a verdade de que a ética deva fornecer a compreensão racional de um espaço real, efetivo, do comportamento dos homens.

2.1 SER ÉTICO

Para o professor da USP, Robert Henry Srour, ser ético nada mais é do que agir direito, proceder bem, sem prejudicar os outros. É ser altruísta, é estar tranqüilo com a consciência pessoal. É, também, agir de acordo com os valores morais de uma determinada sociedade. Essas regras morais são resultado da própria cultura de uma comunidade. Elas variam de acordo com o tempo e sua localização no mapa. A regra ética é uma questão de atitude, de escolha.

Além de ser individual, qualquer decisão ética tem por trás um conjunto de valores fundamentais. Muitas dessas virtudes nasceram no mundo antigo e continuam válidas até hoje. Eis algumas das principais; conforme ARRUDA (2002):

- a) Ser honesto em qualquer situação: a honestidade é a primeira virtude da vida nos negócios, afinal, a credibilidade é resultado de uma relação franca.
- b) Ter coragem para assumir as decisões: mesmo que seja preciso ir contra a opinião da maioria.
- c) Ser tolerante e flexível: muitas idéias aparentemente absurdas podem ser a solução para um problema. Mas para descobrir isso é preciso ouvir as pessoas ou avaliar a situação sem julgá-las antes.
- d) Ser íntegro: significa agir de acordo com os seus princípios, mesmo nos momentos mais críticos.
- e) Ser humilde: só assim se consegue ouvir o que os outros têm a dizer e reconhecer que o sucesso individual é resultado do trabalho da equipe.

Atuar eticamente vai muito além de não roubar ou não fraudar a empresa. A ética nos negócios inclui desde o respeito com que os clientes são tratados ao estilo de gestão do líder da equipe. O fato, porém, é que cada vez mais essa é uma qualidade fundamental para quem se preocupa em ter uma carreira longa, respeitada e sólida.

2.2 O COMPORTAMENTO ÉTICO NAS EMPRESAS

A importância da ética nas empresas cresceu a partir da década de 80, com a redução das hierarquias e a conseqüente autonomia dada às pessoas. Os chefes, verdadeiros xerifes até então, já não tinham tanto poder para controlar a atitude de todos, dizer o que era certo ou errado. A disputa por cargos cresceu e, com ela, o desejo de se sobressair a qualquer custo. Assim, nos últimos anos, os escritórios viraram um campo fértil para a desonestidade, a omissão, a má conduta e a mentira. No dia-a-dia, os sete pecados capitais (luxúria, ira, inveja, gula, preguiça, soberba e avareza) servem como uma espécie de parâmetro para o bom ou mau comportamento em sociedade. No universo corporativo, a falta de ética poderia entrar nessa lista. A maioria das pessoas age com honestidade porque quer dormir com a consciência tranqüila - ou, então, porque tem medo das conseqüências, que podem resultar em atos ilegais ou contrários à ética; afirma JACOMINO (2003).

Uma pesquisa recentemente realizada pela revista EXAME na internet, respondida por um número de 747 internautas, sugere que ainda há um bom caminho pela frente a ser percorrido pelas empresas, levando-as a um comportamento ético.

Com a pergunta: “Como é a ética no seu trabalho?” indica que os leitores desconfiam da alta direção da empresa em relação a comportamento. Apenas 28,7% consideram 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 34,3%; medo de represálias do chefe 26,7% e receio de ficar mal visto entre os colegas 21,2%.

Empresas são formadas por pessoas e só existem por causa delas. Por trás de qualquer decisão, de qualquer erro ou imprudência estão seres de carne e osso. E são eles que vão viver as glórias ou o fracasso da organização. Por isso, quando se fala de empresa ética, lembra-se de pessoas éticas. Uma política interna mal definida por um funcionário de qualquer nível pode atingir dois dos maiores patrimônios de uma empresa: a marca e a imagem.

Alguns exemplos de condutas antiéticas:

- A empresa diz não ter preconceito, mas não possui nenhum trabalhador negro;
- Suborno indireto: os compradores negociam corretamente, mas aceitam vantagens políticas e às vezes até sexuais de seus fornecedores;
- comprador se envolve com o fornecedor e acaba favorecendo-o mesmo sem a intenção de fazê-lo;
- Comprador para fornecedor: ou aceita o preço ou o concorrente recebe. Este procedimento acaba liquidando os pequenos;
- A empresa ter informantes em Brasília;
- A contratação de pessoal do concorrente para obter informações;
- Subfaturar o produto: o concorrente **A** pesquisa o mercado e estima que o valor justo para um determinado produto é X, computando entre outros itens o seu custo, mão-de-obra e suas vantagens. No entanto, o concorrente **B** fatura o mesmo produto pela metade do preço e paga o restante por fora;
- Dois concorrentes combinam abaixar o preço de um produto para liquidar um terceiro;
- Violar o meio ambiente;
- A empresa que opta por uma publicidade enganosa, abusiva ou escandalosa, uma vez que ela tem responsabilidade nesta escolha e não só a agência;
- Vender sonho ao invés de produto: propaganda de um sabão que vende o sonho de uma viagem para a Europa, por exemplo, e não o produto.

As empresas que desejam hoje permanecer no mercado têm de implantar um programa de ética e monitorar o seu cumprimento (ARRUDA, 2002 e LEISINGER e SCHMITT, 2001).

2.3 DESENVOLVENDO UMA PERSPECTIVA ÉTICA

Ao contrário do que muitos pensam, a ética, apesar de ser uma disciplina filosófica, é uma disciplina prática e não teórica como o é a lógica. Quando se observa: - "Não basta a empresa fazer bem, ela precisa fazer o bem." - fica clara a realidade objetiva da ética. Ocorre que na maioria das empresas quando as grandes decisões são tomadas a perspectiva ética nunca é utilizada. Os tomadores de decisões, tanto quanto aqueles que as executam, estão sempre preocupados em fazer bem feito. Isso envolve, necessariamente, os aspectos econômicos, financeiros, operacionais e legais, mas nada se questiona quanto à ética.

Na verdade, trazer à luz as dimensões morais da vida organizacional requer uma perspectiva nova que leve à reflexão ética. Se essa perspectiva vier a se impor, novas perguntas passarão a ser feitas dentro do processo decisório, no momento em que forem julgadas as alternativas possíveis, antes de se escolher um curso de ação. Perguntas do tipo - Estou sendo responsável para com os outros? Haverá algum dano ao meio ambiente? A comunidade será beneficiada? Quais as conseqüências para o pessoal, a longo prazo? Só têm sentido se a administração adotar uma perspectiva ética que supere a visão imediatista corrente.

O que se espera, dentro da perspectiva ética, é que as pessoas tenham uma postura ativa e não passiva. Existe uma diferença fundamental entre se comportar bem e agir bemA

empresa tem uma responsabilidade grande na invenção do novo ser humano que a sociedade necessita para melhorar pois, a maioria das pessoas, no mundo industrializado, passa o seu tempo dentro das empresas.

2.4 AGREGANDO VALORES ATRAVÉS DA ÉTICA

Muitas organizações procuram, hoje, criar seu código de ética. Essa tendência, que à primeira vista pode se assemelhar a um modismo, parece estar entranhando o tecido social e a comunidade empresarial de forma mais profunda que um passageiro entusiasmo dos profissionais de recursos humanos, relações públicas ou auditoria. Este código pode abranger vários parâmetros que poderão servir de instrumentos para nortear a conduta moral dos *stakeholders*, tais como: a) importância de um programa de ética; b) liderança ética; c) elaboração do código de ética; d) educação para a ética; e) comunicação ética; f) auditoria ética; g) ética na seleção, na avaliação e na recompensa.

As empresas têm motivos de sobra para atuarem de maneira ética interna externamente. Está provado que práticas cidadãs podem ser um diferencial competitivo.

Se a empresa, como espaço social, produz e reproduz esses valores, ela se torna importante em qualquer processo de mudança de perspectiva das pessoas; tanto das que nela convivem e participam quanto daquelas com as quais essas pessoas se relacionam. Assim, quanto mais empresas tenham preocupações éticas mais a sociedade na qual essas empresas estejam inseridas tenderão a melhorar no sentido de constituir um espaço agradável onde as pessoas vivam realizadas, seguras e felizes.

CONCLUSÃO

“Vigie seus pensamentos, porque eles se tornarão palavras; Vigie suas palavras, porque elas se tornarão atos; Vigie seus atos, porque eles se tornarão seus hábitos; Vigie seus hábitos, porque eles se tornarão seu caráter; Vigie seu caráter, porque ele será o seu destino”. (poeta anônimo americano).

Percebe-se claramente a necessidade da moderna gestão empresarial em criar profissionais mais éticos no mundo dos negócios para poder sobreviver e, obviamente, obter vantagens competitivas. A organização deve então agir de forma honesta com todos aqueles que têm algum tipo de relacionamento com ela. Seus valores, rumos e expectativas devem levar em conta todo esse universo.

Acredita-se que bons resultados profissionais e empresariais devem resultar de decisões morais ou éticas e que ter padrões éticos pode significar bons negócios a longo prazo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARRUDA, M.C.C. **Código de Ética: um instrumento que adiciona valor**. São Paulo: Negócio Editora, 2002.
- COHEN, D. Os dilemas da ÉTICA. **EXAME**. São Paulo, n.10, pg.35-48, 14 mai.2003.
- _____. Sua empresa é ÉTICA?. **EXAME**. São Paulo, n.12, pg.20, 11 jun. 2003.
- JACOMINO, D. Você é um profissional ético?. **VOCÊ S/A**. São Paulo, n. 25, pg.28-37, jul. 2000.
- LEISINGER, K. M. e SCHMITT, K. **Ética empresarial: responsabilidade global e gerenciamento moderno**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- VÁZQUEZ, A. **Ética**. 23^a ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.