



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL  
CAMPUS DE CERRO LARGO  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**JOICE NICOLAY HARTMANN MACIEL**

**COMPORTAMENTO ÉTICO ORGANIZACIONAL:  
UM ESTUDO SOBRE A EMPRESA X DO RAMO DE FUNDIÇÃO E USINAGEM NO  
MUNICÍPIO DE CERRO LARGO – RS**

**CERRO LARGO  
2018**

**JOICE NICOLAY HARTMANN MACIEL**

**COMPORTAMENTO ÉTICO ORGANIZACIONAL:  
UM ESTUDO SOBRE A EMPRESA X DO RAMO DE FUNDIÇÃO E USINAGEM NO  
MUNICÍPIO DE CERRO LARGO – RS**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação  
apresentado como requisito para obtenção do grau de  
Bacharelado em Administração da Universidade  
Federal da Fronteira Sul – Campus Cerro Largo.

Orientador: Prof. Dr. Manoel do Nascimento Filho

**CERRO LARGO**

**2018**

### **Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS**

Maciel, Joice Nicolay Hartmann

Comportamento Ético Organizacional: Um Estudo Sobre a Empresa X do Ramo de Fundição e Usinagem no Município de Cerro Largo - RS / Joice Nicolay Hartmann Maciel. -- 2018.

58 f.:il.

Orientador: Prof. Dr. Manoel do Nascimento Filho.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -  
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de  
Administração, Cerro Largo, RS , 2018.

1. Comportamento Ético Organizacional. 2. Gestão do Sistema . 3. Orientação para o Cliente. 4. Manoel do Nascimento Filho. 5. Universidade Federal da Fronteira Sul. I. Nascimento Filho, Prof. Dr. Manoel do, orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

**JOICE NICOLAY HARTMANN MACIEL**

**COMPORTAMENTO ÉTICO ORGANIZACIONAL:  
UM ESTUDO SOBRE A EMPRESA X DO RAMO DE FUNDIÇÃO E  
USINAGEM NO MUNICÍPIO DE CERRO LARGO – RS**

Trabalho de Conclusão de Curso de  
graduação apresentado como requisito  
para obtenção do grau de Bacharelado  
em Administração da Universidade  
Federal da Fronteira Sul – Campus  
Cerro Largo

**Orientador:** Prof. Dr. Manoel do Nascimento Filho

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em:

14 / 11 / 2018

**BANCA EXAMINADORA**



Prof. Dr. Manoel do Nascimento Filho - Orientador



Prof. Dra. Monize Sâmara Visentini



Me. Sheila Maria de Oliveira

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus pela oportunidade de fazer faculdade e de concluir o curso de Administração.

Agradeço também aos meus pais Elaine e Jaime pelo incentivo de estudar e o de quão importante é fazer uma faculdade.

Agradeço a minha irmã Jaqueline por todas as vezes que me ajudou nos trabalhos e pelos incentivos que me deu para sempre seguir em frente e nunca desistir dos meus objetivos.

Agradeço também ao meu orientador do Trabalho de Curso professor Manoel do Nascimento Filho, por me orientar e me ajudar em todas as dificuldades que tive e pela contribuição durante a elaboração deste estudo.

## RESUMO

A ética organizacional orienta o comportamento no mundo dos negócios e pode ser entendida como um conjunto de valores, regras e princípios, os quais estão relacionados com a missão da empresa e a sociedade a que pertence. O objetivo do presente estudo é analisar o Comportamento Ético Organizacional na empresa do ramo de fundição e usinagem, localizada no município de Cerro Largo – RS, sendo o foco a percepção dos seus funcionários. Desse modo, utilizou-se uma metodologia quantitativa e uma amostra de 31 funcionários. Adotou-se como instrumento de coleta de dados a aplicação da Escala de Percepção de Comportamentos Éticos Organizacionais que é um questionário estruturado validado por diferentes autores e abrangem dois fatores: Gestão do Sistema e Orientação para o cliente, sendo estes objetos de foco da pesquisa. A análise dos dados foi realizada através da utilização do software Sphinx, a partir do qual foram feitas diferentes análises. Os resultados demonstram que o fator Gestão do Sistema foi o mais relevante, e o fator Orientação para o cliente indicou que os funcionários não têm uma ideia totalmente formada sobre o assunto pesquisado.

Palavras-chave: Ética. Comportamento Ético Organizacional. Escala de Percepção do Comportamento Organizacional. Gestão do Sistema. Orientação para o cliente.

## **ABSTRACT**

Organizational ethics guides behavior in the business world and can be understood as a set of values, rules and principles, which are related to the mission of the company and the society to which it belongs. The objective of the present study is to analyze Organizational Ethical Behavior in the foundry and machining business located in the municipality of Cerro Largo, RS, focusing on the perception of its employees. Thus, a quantitative methodology and a sample of 31 employees were used. The application of the Scale of Perception of Organizational Ethical Behaviors was adopted as a data collection instrument, which is a structured questionnaire validated by different authors and covers two factors: System Management and Customer Orientation, being these objects the focus of the research. Data analysis was performed using the Sphinx software, from which different analyzes were made. The results show that the System Management factor was the most relevant, and the Factor for the client indicated that the employees do not have a fully formed idea about the researched subject.

**Keywords:** Ethics. Organizational Ethical Behavior. Organizational Behavior Perception Scale. System Management. Customer orientation.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Dimensões teóricas que definem a ética empresarial.....	23
--	----



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Resposta dos Entrevistados sobre Comportamento Ético Organizacional do fator Gestão do Sistema.....	35
Tabela 2- Resposta dos Entrevistados sobre Comportamento Ético Organizacional do fator Orientação para o cliente .....	40

## **LISTA DE SIGLAS**

UFFS - Universidade Federal da Fronteira Sul

CEP - Comitê de Ética em Pesquisa

TCLE - Termo De Consentimento Livre e Esclarecido

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 Denominações, definições e itens integrantes que compõem a EPCEO. .26	
Quadro 2- Estudos relacionados à temática do Comportamento Ético Organizacional. ....27	

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	14
1.1	TEMA .....	16
1.1.1	<b>Problema</b> .....	16
1.2	OBJETIVOS .....	16
1.2.1	<b>Objetivo Geral</b> .....	16
1.2.2	<b>Objetivos Específicos</b> .....	17
1.3	JUSTIFICATIVA .....	17
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	19
2.1	MORAL E ÉTICA.....	19
2.2	ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES.....	22
2.3	COMPORTAMENTO ÉTICO ORGANIZACIONAL.....	25
2.4	ESTUDOS EMPÍRICOS SOBRE O COMPORTAMENTO ÉTICO NAS ORGANIZAÇÕES .....	26
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	30
3.1	ABORDAGEM DA PESQUISA.....	30
3.2	DELINEAMENTO DO ESTUDO.....	31
3.3	POPULAÇÃO E AMOSTRA .....	32
3.4	INSTRUMENTO DE COLETA DOS DADOS .....	32
3.5	PROCEDIMENTOS DA AMOSTRA E ANÁLISE DOS DADOS .....	33
3.6	A EMPRESA .....	34
<b>4</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	35
4.1	RESULTADOS REFERENTES AO COMPORTAMENTO ÉTICO DE GESTÃO DO SISTEMA .....	35
4.2	RESULTADOS REFERENTES AO COMPORTAMENTO ÉTICO DE ORIENTAÇÃO PARA O CLIENTE .....	40
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	44

5.1	LIMITAÇÕES.....	45
5.2	SUGESTÕES .....	45
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>46</b>
	<b>ANEXO A – Questionário sobre Comportamento Ético Organizacional, dos autores Gomide Júnior e Fernandes (2008), adaptado pela autora.....</b>	<b>54</b>
	<b>ANEXO B - Termo De Consentimento Livre E Esclarecido (TCLE) Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/UFS .....</b>	<b>57</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A ética é a disciplina ou campo do conhecimento que trata da definição do comportamento de pessoas e organizações. A palavra “ética” surgiu na Grécia Antiga e é considerada como uma parte da filosofia e também uma ciência que lida com os princípios da conduta humana. Hoje, este conceito deixou de ser uma questão exclusivamente do indivíduo que enfrenta valores morais em sua vida, adquirindo uma dimensão maior, a organizacional, que impacta o público interno, ou seja, os empregados, e a sociedade como um todo (CARDOSO, 2000).

As discussões acerca da ética organizacional têm se tornado cada vez mais importante. A preocupação com o desenvolvimento do comportamento ético instalou-se dentro das organizações empresariais, as quais perceberam a necessidade de aprofundar os princípios éticos dentro de sua cultura e fomentá-la de modo que seja praticada naturalmente (MASIERO, 2007). Além disso, a competitividade crescente do mercado e os dilemas éticos do cenário político e econômico são desafios às empresas, exigindo que sejam conciliados os interesses individuais, organizacionais e sociais (BONDARIK; PILATI; FRANCISCO, 2006)

A ética organizacional orienta o comportamento no mundo dos negócios e pode ser entendida como um conjunto de valores, regras e princípios, os quais estão relacionados com a missão da empresa e a sociedade a que pertence, visando o seu reconhecimento diante de um público-alvo. Uma empresa que obtém destaque em relação à conduta ética torna-se transparente e, conseqüentemente, mais confiável perante seus consumidores (ROBBINS, 2002).

O Comportamento Ético Organizacional, quando implantado nas empresas, traz inúmeros benefícios, como funcionários mais engajados e clientes mais satisfeitos, garantindo sua sobrevivência e lucratividade, bem como cria um ambiente de satisfação aos funcionários. Quando uma organização prioriza a ética, releva uma prática honesta, justa e democrática, atuando por princípios e não por conveniência. Essa forma de gestão gera sucesso e reconhecimento, contribuindo para o crescimento e estabilidade no mercado (PASSOS, 2008).

Dentro de uma organização, a ética é tratada de maneira aplicada, pois, ela busca utilizar as teorias específicas para solucionar problemas específicos daquele convívio social. Ou seja, cada empresa tem sua fórmula para gestão e esta fórmula deve ser seguida por seus gestores e colaboradores. Sendo assim, a ausência de

procedimentos vinculados à ética organizacional poderá prejudicar a atuação da empresa inserida no contexto da sociedade do conhecimento, como a desmotivação dos colaboradores, multas, conflitos de relacionamentos (SILVA; SILVA; SILVA, 2017).

Gaion et al. (2008) enfatiza que:

A postura ética constrói ou destrói a reputação de uma empresa. A adoção de um bom comportamento ético consagra valor à imagem da empresa. O exemplo deve ser dado pelo líder. Os seus colaboradores irão seguir o seu exemplo. A atuação baseada em princípios e bom comportamento é uma manifestação da responsabilidade social da empresa.

Para Passos (2008) muito mais que uma questão de conveniência, a ética é uma condição para a sobrevivência na sociedade e uma garantia da continuidade e da sustentabilidade no ambiente de negócios. Desta forma, as organizações devem dedicar à ética o mesmo cuidado dispensado às questões ditas organizacionais, porque o ser humano deve ser seu valor maior, seja ele parte da estrutura interna da organização – gerentes, funcionários e demais pessoas relacionadas à equipe de trabalho - ou sua clientela externa – parceiros e clientes em geral, assim como toda a sociedade.

A presente pesquisa sobre o Comportamento Ético Organizacional foi realizada em uma indústria do ramo de fundição e usinagem localizada no município de Cerro Largo - RS, que é composta por 48 funcionários ao todo. A escolha dessa indústria se deu pelo fato de os administradores serem abertos à aplicação de estudos dentro da empresa, a sugestões para a sua melhoria, e também por ter um número razoável de funcionários.

Foi utilizado como instrumento de pesquisa um questionário, denominado de Escala de Percepção de Comportamentos Éticos Organizacionais (EPCEO), que foi adaptado pela autora. Segundo Vedana e Coltre (2015), a EPCEO se apresenta como uma escala multidimensional, tendo como finalidade e objetivo a avaliação da percepção do trabalhador sobre várias dimensões do Comportamento Ético Organizacional.

Tal instrumento de pesquisa é validado por Gomide Júnior e Fernandes (2008) na obra “Medidas do Comportamento Organizacional” e tem por objetivo a oferta de temas e medidas que facilitarão o processo de construção de um diagnóstico do comportamento organizacional, como também, servir de base para a

realização de pesquisas, apresentado uma fundamentação teórica que possa servir de escolha de uma medida que auxiliará no momento da coleta de dados relacionados à pesquisa.

Sendo assim, na primeira parte deste estudo serão apresentadas a introdução, o tema, o problema, os objetivos, e a justificativa da pesquisa. Na segunda parte o embasamento teórico, que contempla o contexto histórico e conceitos de Moral e Ética, Ética nas Organizações, o Comportamento Ético Organizacional e Estudos Empíricos relacionados com o Comportamento Ético nas Organizações. A terceira parte apresenta a metodologia que será utilizada na pesquisa. Por fim, são apresentadas as discussões dos dados e as considerações finais e, ainda, sugerem-se algumas ações para melhorar o envolvimento e entendimento dos trabalhadores sobre o Comportamento Ético Organizacional, visando dar continuidade ao desenvolvimento do processo.

## 1.1 TEMA

Comportamento Ético Organizacional.

### 1.1.1 Problema

Na visão dos empregados, qual a percepção sobre o Comportamento Ético Organizacional na empresa X do ramo de fundição e usinagem?

## 1.2 OBJETIVOS

Nesta seção são apresentados o objetivo geral e os objetivos específicos desenvolvidos pelo estudo.

### 1.2.1 Objetivo Geral

Verificar o Comportamento Ético Organizacional da empresa X do ramo de fundição e usinagem, localizada no município de Cerro Largo – RS a partir da percepção de seus empregados.



### 1.2.2 Objetivos Específicos

- a. Analisar o Comportamento Ético Organizacional dos funcionários em relação ao fator Gestão de Sistemas.
- b. Identificar o Comportamento Ético Organizacional dos funcionários referente ao fator Orientação para o cliente.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

O estudo tem como relevância propor uma avaliação sobre Comportamento Ético Organizacional, pois esse se fundamenta na busca por um melhor entendimento dos elementos de análise das organizações, na contribuição para o entendimento dos principais conceitos e características sobre ética e responsabilidade empresarial e como tais fatores poderiam influenciar no contexto organizacional. Além disso, permite obter uma compreensão mais profunda sobre o comportamento ético dos funcionários, resultando em tomadas de decisões mais responsáveis e sólidas por parte dos responsáveis pela empresa.

Na atualidade, discussões sobre o termo “ética” apresentam-se relevantes no cenário nacional, tendo em vista o momento atual do país, onde são comuns diferentes escândalos que possivelmente, apontam para um comportamento considerado antiético nos mais diferentes contextos como, por exemplo, o político, o econômico e o organizacional (BEHRING, 2013).

Entretanto, a questão sobre ética não fica limitada ao cenário político. Questões éticas têm sido consideradas relevantes até mesmo para a melhor compreensão do contexto organizacional, que de maneira geral, também se preocupa com a promoção da ética e valores como forma de comprometimento e responsabilidade perante a sociedade. Desse modo, a ética apresenta-se como um elemento considerado fundamental na construção das relações e que está intrínseco na atividade econômica e empresarial (BATISTA; MALDONADO, 2008).

A aderência do estudo ao curso de Administração ocorre devido ao papel que a ética possui sobre o desempenho das atividades realizadas no cotidiano das organizações, bem como, nos resultados organizacionais. Considerando o curso de Administração, o estudo tem relevância para a formação acadêmica devido a geração do conhecimento e formação de estudantes com características que

proporcionam uma melhor preparação para sua atuação no mercado profissional (MINETTO, 2016).

Salienta-se que tal trabalho poderá proporcionar o aprofundamento do conceito relacionado com o Comportamento Organizacional; podendo assim, contribuir para a geração de novas possibilidades de construção de conhecimentos. Tudo isso, através da disseminação dos saberes produzidos no meio acadêmico que poderão servir de base para melhorar fatores como gestão organizacional e comprometimento do indivíduo com o ambiente profissional.

O estudo sobre a ética nas organizações apresenta-se relevante no intuito não apenas da conceituação do termo, mas da possibilidade de aperfeiçoamento de tal valor no sentido de por em prática. A ação ética deve ser concretizada no cotidiano e não apenas em certas ocasiões excepcionais ou que geram conflitos dentro da empresa (ZOBOLI, 2001). Contudo, o denominado Comportamento Ético em uma empresa não deve limitar-se apenas como uma exigência do mercado, mas de um comportamento espontâneo, sugerido pelos próprios indivíduos (BONDARIK; PILATI; FRANCISCO, 2006).

Assim, tais estudos podem vir a contribuir com as organizações, no momento que, muitas empresas passaram a preocupar-se com a divulgação dos seus valores e até, mais recentemente, a adoção de um código de ética interno para nortear as práticas na organização (MINETTO, 2016).

Pensando na importância desta temática e pelo fato da questão ética estar sendo retratada de forma significativa no que diz respeito aos meios de comunicação atuais, tem-se uma maior representatividade desse tema e quantidade crescente de estudos e pesquisas que trabalham para a disseminação de informações no âmbito acadêmico (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2009)

Em se tratando da formação acadêmica, os estudos realizados no campo sobre Comportamento Organizacional, estabelecem ao acadêmico a possibilidade de desenvolvimento dos métodos e instrumentos de busca (SCHULTZ, 2016). O estudo apresenta-se relevante no momento devido à oportunidade de aperfeiçoamento dos diferentes conhecimentos ofertados em sala de aula, proporcionado assim a possibilidade de melhorar a formação técnica do aluno.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção são apresentados os conceitos fundamentais para o entendimento do Comportamento Organizacional, acrescido da compreensão sobre temáticas relacionadas à moral e ética nas organizações, comportamento ético organizacional, e estudos empíricos relacionados ao tema, contribuindo assim, para o processo de construção da análise e interpretação da realidade que constitui o âmbito organizacional.

### 2.1 MORAL E ÉTICA

O debate sobre questões relacionadas ao comportamento dos indivíduos perante um contexto no qual esteja inserido tem origem em diferentes correntes teóricas no decorrer da construção das ciências sociais. Nesse sentido, a adoção de uma conduta baseada em princípios morais que respeitem o ambiente e os valores da comunidade envolvida, apresenta-se como elemento de análise das sociedades contemporâneas.

Diante disso, as últimas décadas do século XX foram marcadas por transformações econômicas, sociais e culturais em todo o mundo, estimuladas em grande parte pela democratização dos regimes políticos, abertura de fronteiras comerciais e rápido desenvolvimento tecnológico. O aumento significativo dos fluxos de comércio internacional tornou a dimensão ética da atividade empresarial uma das principais preocupações de gestores, políticos, pesquisadores e da sociedade em geral (ALMEIDA, 2007).

A ética e a moral são discutidas desde a antiguidade. A primeira apresentação sistemática da ética encontra-se em Aristóteles, que formulou os princípios da ação humana acerca da diferença entre o conhecimento teórico e prático. Também formulou a maior parte dos problemas que mais tarde passaram a ocupar a atenção dos filósofos morais: (a) relação entre as normas e os bens; (b) relação entre a ética individual e social; (c) classificação das virtudes; (d) exames da relação entre a vida teórica e a vida prática, dentre outros (FIGUEIREDO; GUILHEM, 2008).

De acordo com Chalita (2002), Aristóteles aliava a ética com o caráter e a conduta dos indivíduos, e a política com os estudos que regem a existência do

homem vivendo em sociedade, e afirma que ética e política são inseparáveis. O mesmo autor ainda relata que outro filósofo de destaque para as questões relacionadas à ética da época foi o filósofo ateniense Platão, que herdou de Sócrates muitas de suas preocupações sobre a moral.

Além de Aristóteles, pensadores como Sócrates, Platão e Pitágoras também foram responsáveis pela análise e reflexão sobre o agir do homem. No período compreendido entre 500 a 300 anos a.C. surgiram muitas ideias e definições teóricas sobre a ética que até hoje fundamenta os conceitos histórico-sociais no campo da moral (ABRÃO, 2004).

A contribuição de Sócrates para a filosofia teve um grande estilo ético, onde seus ensinamentos estavam embasados nos conceitos de amor, justiça, virtude e conhecimento de si. Para ele, a virtude surge do conhecimento e a educação faz com que as pessoas ajam de acordo com a moral (ENCARTA, 2001).

Já Pitágoras desenvolveu suas primeiras reflexões sobre a moral a partir do orfismo, afirmando a superioridade da natureza intelectual sobre a natureza sensual, bem como a supremacia da vida dedicada à disciplina mental. Todavia, Sócrates (470 a 399 a.C.), é apontado como o fundador da filosofia moral ou axiologia (ENCARTA, 2001).

A origem da palavra ética vem do Grego *Ethos*, que significa "modo de ser". Moral, por sua vez, vem do Latim *mores* e significa "costumes". As duas palavras possuem origens distintas e significados idênticos, gerando contradições entre filósofos contemporâneos, pois enquanto uns acreditam ser a distinção entre moral e ética algo de grande importância, outros sequer distinguem os dois conceitos e os entrelaçam, como se um não pudesse existir sem o outro (EGG, 2012).

No seu sentido mais comum, o termo "ética" refere-se com frequência a um conjunto de regras que permitirão, supostamente, governar ou orientar o comportamento, por vezes explicitado em códigos de ética ou de conduta. Contudo, e recuando mais de 2500 anos, a formulação de códigos de ética era deixada para os moralistas ou legisladores. Por um lado, a reflexão ética ocupava-se particularmente de aspetos mais gerais e abstratos, como o princípio ou princípios gerais que estão por detrás dos comportamentos éticos e dos comportamentos não éticos (JESUS; SARMENTO; DUARTE, 2017).

Segundo Silva (2010), "a ética é o estudo de juízos de apreciação referentes à conduta humana suscetível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal,

relativamente a determinada sociedade, ou modo absoluto”. Vázquez (2000, p. 84) definiu Moral como:

Sistema de normas, princípios e valores, segundo o qual são regulamentadas as relações mútuas entre os indivíduos ou entre estes e a comunidade, de tal maneira que estas normas, dotadas de um caráter histórico e social, sejam acatadas livre e conscientemente, por uma convicção íntima, e não de uma maneira mecânica, externa ou impessoal.

O entendimento clássico de ética era o do estudo filosófico dos fundamentos, dos princípios, dos deveres e dos demais elementos da vida moral. Ou seja, trata-se da teoria filosófica sobre a moralidade. O termo moral aplica-se, pelo contrário, a consideração prática dos casos concretos; isto é, para designar a arte de aplicar a teoria filosófica – a ética – aos problemas concretos da vida moral (FERRER; ÁVARES, 2005).

A divisão entre ética e moral vem sendo traçada desde tempos remotos à filosofia greco-romana. Para diferenciar ambos os conceitos, diz-se que a ética dispõe a uma reflexão sobre o significado do bem, das virtudes e de nossa relação com o próximo. Já a moral trata do juízo de valor concebido pelo indivíduo que agirá conforme sua consciência determina. Corresponde assim, a um conjunto de regras de conduta social que contribuem para a harmonia da ordem de uma sociedade específica (LIMA VAZ, 1999).

A ética e moral são dois termos equivalentes pela sua origem etimológica. No entanto, de acordo com Cortina *et al.* (2005), esses termos têm vindo a configurar-se tecnicamente como duas formas de reflexão. Por um lado, a ética atinge a sua verdade enquanto parte da filosofia, visando orientar as leis, as normas e conduta segundo as quais os seres humanos deverão idealmente agir. Por outro lado, a moral é o ser humano saber que pertence ao mundo da vida dos homens e o ela acompanha desde a sua origem. Relaciona-se com o “como” se deve agir, enquanto a ética, consistindo numa teorização filosófica da ação, com o “por que” se dever agir.

Vaz (1999) afirma que, os dois termos são praticamente sinônimos, e devido ao seu uso indiscriminado na imensa maioria dos casos, talvez seja preferível manter essa sinonímia de origem e empregar indiferentemente os termos de Ética e Moral para designar o mesmo objeto.

Apesar das contradições, o que se pode afirmar é que a moral e a ética se modificam ao longo do tempo, pois são um fato histórico. Neste sentido, conhecer e refletir sobre os valores morais e éticos são de suma importância para construção de valores norteadores do convívio social.

## 2.2 ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES

No que diz respeito à ética empresarial, a temática apresenta-se como elemento considerável para os estudos das organizações, no sentido da possibilidade do desenvolvimento e construção dos valores e cultura das empresas. Além disso, a ética se apresenta como sujeito presente nas diferentes atividades desenvolvidas no âmbito organizacional.

Os conceitos da ética e da moral são muito antigos na cultura ocidental, originários das discussões filosóficas de Aristóteles, porém nas organizações esta discussão é relativamente recente, tendo surgido entre as décadas de 60 ou 70. Humberg (2008) afirma que a ética organizacional começou na década de 1980, tomando fôlego nos anos 1990 e continua se intensificando até hoje. Muitas vezes, o ambiente organizacional sofreu pressões externas para se adequar às novas reivindicações de seus públicos. Assim, passou-se a estudar e a empregar a ética empresarial como uma das vertentes da ética aplicada.

A ética na administração tem sido discutida em razão da reflexão sobre as situações relacionadas com os negócios da empresa. A ética estabelece padrões sobre o que é bom ou mau na conduta humana e na tomada de decisões, tanto no plano pessoal quanto no organizacional. A maioria das organizações está buscando o comportamento ético em seus profissionais e adotando o mesmo comportamento para com seus clientes e fornecedores (PERES; DOMENICO, 2013).

A ética é um tema de crescente interesse para a sociedade e envolve tanto as organizações públicas quanto as privadas. 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 (ZYLBERSZTAJN, 2002).

O termo ética empresarial foi criado para caracterizar a ética nas empresas que visam lucro, daí também a expressão ética nos negócios. Com a necessidade

de englobar todas as práticas éticas e não somente em organizações empresariais, adotou-se o termo ética organizacional (ANDRADE, 2009).

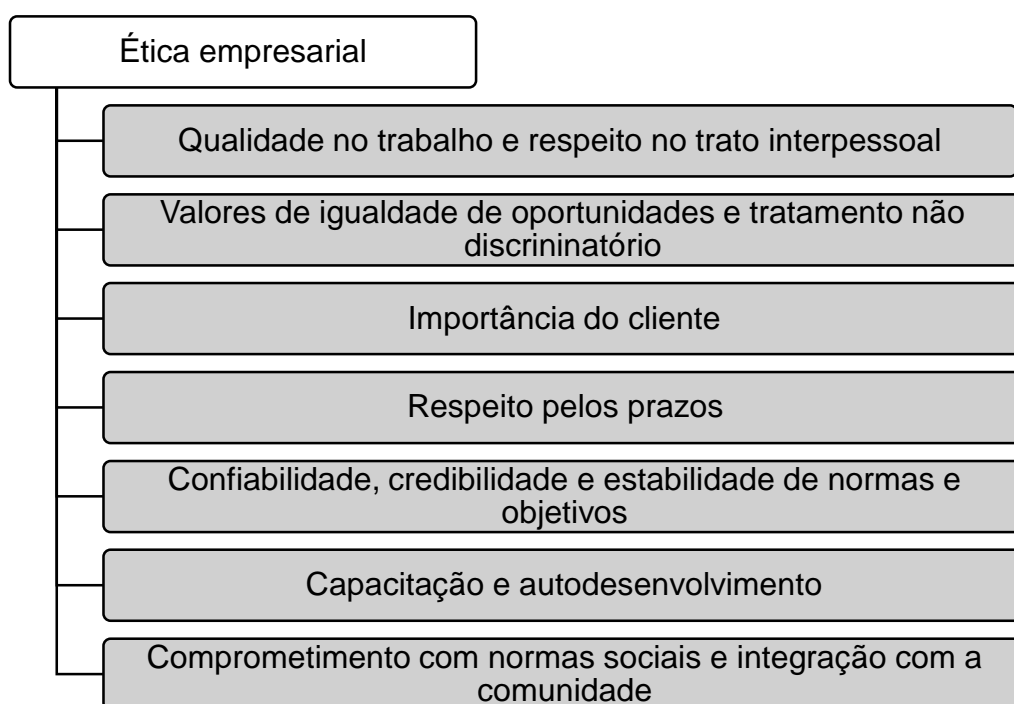
A ética empresarial é considerada como um subconjunto da cultura organizacional, representado pelas interações de sistemas "formais" e "informais" de controle comportamental. Entre os sistemas formais destaca-se o conjunto de crenças, normas e práticas compartilhadas por pessoas dentro de uma empresa. Entre os sistemas informais, têm-se as recompensas, as políticas e os códigos (BAKER *et al.*, 2006).

Humberg (2006, p. 82) reforça que:

A ética empresarial envolve a definição clara de posturas adotadas pela empresa e por seus colaboradores, a partir dos dirigentes e baseadas em conceitos morais, distinguem-se destes pela sua característica mais utilitária. Trata-se de estabelecer os processos para o dia-a-dia da empresa e não os conceitos filosóficos ideais.

Srouf (2000) definiu ética empresarial como sendo as práticas organizacionais baseadas em valores morais e com isso destacou sete dimensões teóricas que definem melhor a mesma que é apresentada na Figura 1.

Figura 1 Dimensões teóricas que definem a ética empresarial



Fonte: Srouf (2000).

Segundo Aguilar (1996, p. 26), a empresa ética é definida por ser a organização que, por meio de suas decisões e atividades desenvolvidas, "conquistou o respeito e a confiança de seus empregados, seus clientes e fornecedores estabelecendo assim um equilíbrio aceitável entre seus interesses econômicos e os interesses de todas as partes afetadas". Com isto, a empresa ganha competência, e fortalece a marca corporativa de seus produtos e seus serviços, contribui também para um ambiente de satisfação dos funcionários, mantém os clientes fiéis, proporciona novas parcerias e estimula novos investimentos, garantindo a sobrevivência e a lucratividade da organização.

Entretanto, Andrade (2009) afirma que algumas organizações têm dado total valor ao "Marketing da ética" por estarem preocupadas, de modo geral, em se mostrarem éticas em relação às outras. Dessa forma, por exemplo, criam novas ações, códigos de conduta e inserem nos sites os links com os programas de ética, sem repararem no fato de que a ética deve estar vinculada à filosofia organizacional e ela deve existir em todas as atividades organizacionais.

Para Sung (1995, p. 67), o investimento em ética é uma questão de sobrevivência. As organizações perceberam "que a ausência de ética e a defesa do interesse próprio põem em perigo a sobrevivência das empresas e de seus próprios empregos; é o instinto de sobrevivência falando mais alto que teorias aprendidas nas escolas". Entretanto, estudos mostram que os empresários em sua grande maioria não têm boa formação ética e as suas preocupações em relação ao tema estão relacionadas ao medo que os mesmos têm em relação a prejuízos causados por atitudes antiéticas (PASSOS, 2006).

Camargo (2006, p. 89) reforça que, se as pessoas caminharem nessa direção, a sociedade será "permeada de ética no mercado, no comércio, nas relações de trabalho, na política econômica, no meio ambiente, no marketing e propaganda, nas vendas, na relação com o consumidor, nas finanças, na informação, no crédito, etc.". Perceberão as inúmeras vantagens que a organização passa a desfrutar ao inserir a ética nos seus relacionamentos.

Os profissionais de comunicação organizacional e relações públicas desempenham papel estratégico, ao buscarem a conciliação dos interesses das organizações e também de seus públicos na construção de relacionamentos. Cabe a esses profissionais a missão de sensibilizar a organização de que a ética influirá nos lucros em longo prazo e que a ética interfere na reputação corporativa – e se torna



um negócio vantajoso à organização e aos seus relacionamentos a adoção de políticas que privilegiem e incentivem a ética organizacional (CASALI, 2008).

### 2.3 COMPORTAMENTO ÉTICO ORGANIZACIONAL

O Comportamento Organizacional é um campo de estudos que investiga o impacto que indivíduos, grupos e a estrutura têm sobre o comportamento dentro das organizações, com o propósito de utilizar esse conhecimento para promover a melhoria da eficácia organizacional (ROBBINS, 2002).

Assim, a ideia por trás do uso de valores éticos como a forma de impactar o comportamento ético dos funcionários é que esses ajam de maneira consistente com os valores da organização (BAKER *et al.*, 2006). Com isso, os funcionários possuem um senso do que é certo ou errado na empresa em que trabalham, sem uma ordem expressa ou regras escritas (NAIYANANONT; SMUTHRANOND, 2017)

O comportamento ético nas e das organizações tem sido visto como um tema controverso, tanto pelo relativismo cultural associado ao conceito (padrões culturais influenciam as escolhas dos indivíduos na sociedade de tal modo que procedimentos aceitos por determinadas culturas podem ser rejeitados por outras) quanto pelo tratamento dado pelos economistas, cientistas das organizações e outros profissionais que atuam com o tema (ZYLBERSZTAJN, 2002).

A importância da ética nas empresas cresceu a partir da década de 80, com a redução das hierarquias e a autonomia dada às pessoas. Hoje, pode-se afirmar que o comportamento ético interno ou externo para uma organização é de suma importância, pois refletem a conduta, sua integridade, responsabilidades para a sociedade. Assim, a organização aumentará as possibilidades de serem vista pelos seus clientes, de ter carta branca para com seus fornecedores, e de seus funcionários respeitar e seguir a conduta que lhes foi orientada (BIFF & BÜSEMAYER, 2010).

No seu contexto, as organizações apresentam a ética como um reflexo da prática empresarial, por outro lado alguns modelos integrados de desempenho social acabam por destacar a importância dos fatores não estratégicos que estão diretamente ligados a decisões em questões referentes a natureza ética ou de intervenção social (ALMEIDA, 2007). Somado a isso, Biff e Büsemayer (2010) afirmam que, a maioria das empresas vem buscando o comportamento ético em

seus profissionais, expandindo este comportamento aos seus clientes e fornecedores.

Assim, o Comportamento Ético Organizacional pode ser representado como o campo dos estudos organizacionais, que tem por objetivo a explicação do comportamento dos indivíduos perante o cotidiano de uma organização. A conceituação do termo acaba por levar em consideração, fatores como percepção dos indivíduos inseridos em um contexto social amplo ou não, apresentado diferentes possibilidades de abordagens no momento da construção e desenvolvimento de sua definição.

Pode-se frisar também que existem estudos no meio acadêmico que visam medir o comportamento ético organizacional através de escalas. Um exemplo disso é o estudo EPCEO (escala de percepção de comportamento ético organizacional), o qual busca formar uma escala de percepção de comportamento ético baseada em entrevista com o público interno da organização (GOMIDE Jr e FERNANDES, 2008). A escala abrange dois fatores denominados Gestão do Sistema e Orientação para o cliente, que estão descritos no Quadro 1.

Quadro 1 Denominações, definições e itens integrantes que compõem a EPCEO.

<b>Fator/Nome</b>	<b>Definições</b>	<b>Itens</b>
Gestão do Sistema	Crenças do empregado de que a organização possui políticas, regras e normas claras e honestas de gestão.	1, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20
Orientação para o Cliente	Crenças do empregado de que a organização estabelece relações claras e honestas com seus clientes.	2, 3, 4, 5, 8, 18

Fonte: Gomide Jr. e Fernandes, 2008.

Portanto, investigar a percepção sobre os comportamentos éticos nas organizações contribuirá para a melhoria dos ambientes de trabalho e para a qualidade vida dentro e fora das organizações.

## 2.4 ESTUDOS EMPÍRICOS SOBRE O COMPORTAMENTO ÉTICO NAS ORGANIZAÇÕES

Nas últimas décadas muitos pesquisadores investigaram as relações entre variáveis que determinam vínculos organizacionais de trabalhadores com as

organizações que atuam. Os mesmos buscam quais as atitudes ou quais comportamentos ou ainda quais crenças podem determinar a relação de comprometimento individual com a organização. As pesquisas encontraram que esses vínculos são fundamentais para a compreensão dos desempenhos dos indivíduos e durante décadas se mostraram alvo de investigações empíricas e promoveram diversas controvérsias teóricas e metodológicas (SIQUEIRA e GOMIDE Jr, 2004).

O Quadro 2, apresenta alguns resultados de estudos que abordaram a temática do Comportamento Ético Organizacional. Tais estudos foram escolhidos com o critério de aplicação da EPCEO, que é a Escala de Percepção do Comportamento Ético Organizacional, servindo como ferramenta de coleta de dados para suas pesquisas.

Quadro 2- Estudos relacionados à temática do Comportamento Ético Organizacional.

<b>Ano do Artigo</b>	<b>Título</b>	<b>Autores</b>	<b>Amostra</b>	<b>Metodologia</b>	<b>Resultados</b>
2010	Comportamentos Éticos Organizacionais	Rosana Custódia Rocha Biff; Alessandro José Büsemayer;	Participaram 448 acadêmicos de uma Instituição de Ensino Superior do Norte Catarinense.	Pesquisa quantitativa com aplicação de questionário, tabulação e interpretação dos dados através do EPCEO.	O resultado da pesquisa foi positivo, onde os Acadêmicos percebem o comportamento ético em suas organizações.
2011	Saúde Organizacional: uma Proposta de Modelo de Análise	Marília Nunes Fernandes; Sinésio Gomide Júnior; Áurea de Fátima Oliveira;	Participaram do estudo 150 trabalhadores.	Os participantes responderam a um questionário que englobou a EPCEO.	Os resultados deste estudo sugerem-se aos gestores a existência de regras e normas claras quanto ao gerenciamento da organização.
2013	Comportamento Ético No Tribunal De Contas Do Estado De Santa Catarina	Alessandra Pereira Elbert;	Participaram do um total de 50 servidores.	A pesquisa realizada é de caráter qualitativo e quantitativo, exploratório e quanto aos meios de pesquisa foi utilizado um estudo de caso.	Para os pesquisadores o estudo teve grande importância, pois permitiu conhecer a opinião dos servidores sobre a ética e a moral da organização.

2015	Comportamento éticos organizacionais em uma indústria metalúrgica do Sudoeste do Paraná	Gilmar Antônio Vedana; Sandra Maria Coltre;	A população foi de 29 empregados.	O método empregado para este trabalho é do tipo quantitativo e qualitativo, de caráter exploratório.	Os pesquisadores observaram que o comportamento ético da empresa analisada é satisfatório.
2016	Comportamento Ético Organizacional: o caso de uma indústria do setor de alimentação animal	Adilson Carlos da Rocha; Eloir Terezinha de Souza; Gilberto Francisco Ceretta;	Participaram do estudo 67 colaboradores.	Utilizou-se abordagem quantitativa de pesquisa com características exploratória e descritiva.	Segundo os pesquisadores os resultados foram satisfatórios para a organização

Fonte: elaborado pela autora, 2018.

O primeiro artigo analisado, elaborado por Biff & Büsemayer (2010), foi aplicado a 448 Acadêmicos de uma Instituição de ensino Superior do Norte Catarinense, para obter informações de como se vivência a ética nas empresas e identificar o comportamento organizacional do ponto de vista das relações éticas entre a empresa e os funcionários. Os autores aplicaram dois tipos de questionários, um de cunho demográfico e outro com base na EPCEO, onde se evidenciou a percepção dos acadêmicos sobre o comportamento organizacional na empresa onde trabalham.

O trabalho de Fernandes, Júnior & Oliveira (2011), do qual participaram 150 trabalhadores formalmente empregados teve por objetivo testar um modelo teórico de impacto de comportamentos éticos organizacionais e da confiança do empregado no sistema empregador sobre a saúde organizacional, a partir da ótica dos trabalhadores. Os participantes responderam a um questionário que englobava três escalas, dentre elas a EPCEO. A variável de maior impacto foi a gestão do sistema, considerado o principal preditor da percepção de saúde organizacional.

Elbert (2013) verificou o comportamento ético no Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina através de 50 servidores que atuavam na organização. A autora buscou conhecer se esse comportamento influenciava o servidor a se dedicar ao trabalho e a organização. A partir da coleta de dados, pode-se verificar uma resposta muito clara quanto a percepção dos servidores em relação ao sentimento de comportamento ético e moral dentro da organização em estudo.

O artigo publicado por Vedana & Coltre (2015) teve como objetivo apresentar um estudo sobre o comportamento ético organizacional em uma indústria do setor metalúrgico do Paraná, apontando os pontos que influenciam na gestão organizacional. Após a aplicação da EPCEO para 29 empregados, concluiu-se que o objetivo da pesquisa foi atingido ao apresentar os fatores e evidenciar que na média geral apresentam indicação de um bom comportamento ético organizacional.

Por fim, Rocha, Souza & Ceretta (2016) analisaram a percepção sobre comportamento ético organizacional de 67 trabalhadores que atuam em uma indústria do setor de alimentação animal. Constatou-se que os resultados foram satisfatórios, ou seja, na visão dos colaboradores, a empresa possui comportamentos éticos.

Pode-se perceber que todos os estudos empíricos apresentados nos mostram que a aplicação do Comportamento Ético Organizacional dentro das empresas na maioria das vezes tem resultados positivos e satisfatórios. Além disso, suas informações contribuem para planejar ações futuras para fortalecer, manter ou inserir o comportamento ético nas organizações.

### 3 METODOLOGIA

Este capítulo apresenta a abordagem a ser utilizada na presente pesquisa, bem como sua classificação quanto à natureza, objetivos e procedimentos técnicos. Na sequência, faz-se a contextualização a respeito do universo, amostra de sujeitos participantes da pesquisa, coleta e análise dos dados, aspectos éticos que delinearão a pesquisa, e características da empresa que participou do estudo.

#### 3.1 ABORDAGEM DA PESQUISA

Método de abordagem, segundo Andrade (2001, p. 130) “é o conjunto de procedimentos utilizados na investigação de fenômenos ou no caminho para chegar-se à verdade”.

Para esta pesquisa utilizar-se-á o método dedutivo, onde segundo Barros e Lehfeld (2000) “a dedução consiste em um recurso metodológico em que racionalização ou combinação de ideias em sentido interpretativo é significativa”. Os autores ainda relatam que o método dedutivo tem o propósito de explicar o conteúdo das premissas, partindo do geral para o particular. Marconi e Lakatos (2004, p. 63) complementam quando dizem que “se as premissas são verdadeiras, a conclusão deve ser verdadeira”.

Este trabalho adota a abordagem de pesquisa quantitativa e descritiva. Pesquisa quantitativa, na concepção de Malhotra (2001) é aquela que procura quantificar os dados. Ela busca uma evidência conclusiva, que é baseada em amostras grandes e representativas e, de alguma forma, aplica análise estatística. Ainda segundo o mesmo autor as descobertas da pesquisa quantitativa podem ser tratadas como conclusivas e utilizadas para recomendar um curso de ação final. Ela tem resultados que podem ser quantificados, concentrando-se na objetividade, recorrendo à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, como também, as possíveis relações entre variáveis (FONSECA, 2002).

A pesquisa quantitativa é compreendida, conforme Rodrigues e Limena (2006, p. 30), como sendo:

[...] quando a abordagem está relacionada à quantificação, análise e interpretação de dados obtidos mediante pesquisa, ou seja, o enfoque da pesquisa está voltado para análise e a interpretação dos resultados,

utilizando-se da estatística. Com isso, empregam-se recursos e técnicas estatísticas, como porcentagem, média, moda, mediana, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão etc. Também são utilizados programas de computador capazes de quantificar e representar graficamente os dados.

Dessa maneira, a análise quantitativa tem por objetivo a busca por possíveis similaridades apresentadas em trabalhos científicos, bem como, proporciona a identificação da evolução das pesquisas realizadas no intervalo de tempo em que o pesquisador considera satisfatório para o estudo.

### 3.2 DELINEAMENTO DO ESTUDO

A pesquisa é considerada como descritiva, pois, conforme Santos (2002, p. 27) relata que “descrever um fato ou fenômeno é interesse de quem já teve uma primeira aproximação, isto é, já fez uma pesquisa exploratória”. Relata também que “a pesquisa descritiva é um levantamento das características conhecidas, componentes do fato/ fenômeno/ processo”. Para Andrade (2001, p. 124) neste tipo de pesquisa descritiva “os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira neles”. Segundo a autora, uma das características da pesquisa descritiva “é a técnica padronizada da coleta de dados, realizada principalmente através de questionários e da observação sistemática”.

Barros e Lehfeld (2000, p. 70) complementam que na pesquisa descritiva “não há interferência do pesquisador, isto é, ele descreve o objeto de pesquisa. Procura descobrir a frequência com que um fenômeno ocorre, sua natureza, característica, causas, relações e conexões com outros fenômenos”.

Conforme a concepção de Triviños (1987) *apud* Gerhardt e Silveira (2009), a pesquisa descritiva é um método de busca, caracterizado pela série de informações sobre o objeto de pesquisa, complementando que, esse estudo tem por pretensão à descrição dos fatos e fenômenos de determinada realidade ou situação.

Gil (1999), a caracteriza como a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas aparece na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados.

### 3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Participarão deste estudo os colaboradores da empresa X do ramo de fundição e usinagem, localizada no município de Cerro Largo. A população da pesquisa foi composta de 31 respondentes, sendo todos estes trabalhadores da empresa. Ao todo, a empresa conta com 48 funcionários, mas apenas 31 se dispuseram a responder os questionários. Os não participantes alegaram estar ocupados e/ou não quiseram responder e alguns não compareceram ao trabalho no dia da coleta dos dados.

O método quantitativo utilizado para levantamento dos dados será por meio de aplicação de um questionário estruturado (FONSECA, 2002; SANTOS, 1999).

### 3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DOS DADOS

Sampieri *et. al.*, (1991), referente aos momentos da coleta ou pontos no tempo como a chamam, ela pode ser entre outras "corte-transversal", onde a coleta dos dados ocorre em um só momento, pretendendo descrever e analisar o estado de uma ou várias variáveis em um dado momento.

A coleta de dados foi realizada através de um questionário adaptado pela autora da presente pesquisa, baseada na escala EPCEO (escala de percepção de comportamento ético organizacional) elaborada em estudos de Gomide Junior e colaboradores (GOMIDE JR e FERNANDES, 2008). A mesma busca formar a percepção de comportamento ético constituída em entrevista com o público interno da organização e é dividida em dois fatores: Gestão de Sistemas e Orientação para o Cliente.

Trata-se de uma escala de Likert, que segundo Meirelles (2014, p. 4), pode ser entendida como uma soma de respostas, que tem por objetivo a medição e mensuração da presença “e ausência, assim como o grau e intensidade, que um determinado atributo possui para um dado indivíduo”. Desse modo, a escala Likert foi separada em 4 pontos: discordo totalmente, apenas discordo, apenas concordo, concordo totalmente; e mais 1 ponto adaptado pela autora: não resposta/anulada.

Segundo Silva e Costa (2014) a escala de verificação de Likert consiste em desenvolver um conjunto de afirmações que estão relacionadas à sua definição,



para as quais os respondentes emitirão seu grau de concordância. A vantagem de uma escala Likert é sua facilidade de manuseio (COSTA, 2011).

Desta forma, os dados de fontes primárias foram coletados por um questionário adaptado com 20 (vinte) questões que são compostas por 2 (dois) fatores: a Gestão do Sistema e a Orientação para o cliente. Para Fernandes (2008) a Gestão do Sistema avalia as crenças dos empregados quanto à honestidade e clareza das políticas, regras e normas de gestão adotada pela organização em que trabalham. O mesmo, relata que a Orientação para o Cliente avalia as crenças dos empregados em relação a honestidade e clareza das relações estabelecidas entre a organização e seus clientes.

A Gestão do Sistema é composta por 14 itens, sendo elas (1, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 14, 19, 20), e a Orientação para o cliente é composta pelas 6 questões restantes, sendo estas (2, 3, 4, 5, 8, 18). Os dados de fonte secundária foram coletados nos registros da empresa e bibliografia.

Os respondentes foram convidados a participar da pesquisa após concordância dos dirigentes da organização, por meio de um termo de consentimento livre e esclarecido que explicitava os objetivos da pesquisa e ressaltava a confidencialidade e a privacidade das informações. O questionário foi aplicado na empresa nos dias 15 e 17 de outubro de 2018 na parte da manhã. Os entrevistados foram levados até a área administrativa da empresa, pois trabalhavam em um local distante da mesma, para que pudessem responder ao questionário; os mesmos tiveram no mínimo 5 minutos para preencher todas as alternativas.

### 3.5 PROCEDIMENTOS DA AMOSTRA E ANÁLISE DOS DADOS

Na questão da amostra, ela é considerada para Fink (1995), como representativa da população ou um modelo dela. Mas, contudo, relata que nenhuma amostra é perfeita, o que pode variar é o grau de erro ou viés. Para a referida pesquisa, ela será uma amostra não probabilística que é definida como aquela que é obtida a partir de algum tipo de critério, e nem todos os elementos da população tem a mesma chance de ser selecionado, o que torna os resultados não generalizáveis.

Na pesquisa descritiva, o procedimento técnico a ser utilizado será a pesquisa de levantamento. Segundo Santos (2002, p. 30) “levantar informação é perguntar diretamente a um grupo de interesse a respeito dos dados que se deseja

obter. É um procedimento útil, especialmente em pesquisas exploratórias e descritivas”. Gil (2002, p. 50) complementa que as pesquisas de levantamento caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer: “procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados”.

Santos (2002, p. 30) ainda relata que este levantamento pode ser realizado a uma amostra significativa, através da aplicação de questionários, formulários ou de entrevistas diretas aos indivíduos. De acordo com Minayo (2011) o método a ser utilizado para a pesquisa descritiva é por intermédio de questionários.

Desta forma, após a etapa de coleta dos dados, estes foram recolhidos nos questionários e tabulados e analisados quantitativamente, com o auxílio do *software SPHINX* (SPHINX LÉXICA, 2005).

### 3.6 A EMPRESA

A empresa foi fundada em 1980, iniciando suas operações no ramo de fundição, caracterizando-se no mercado como uma empresa tradicionalista e flexível, fornecendo produtos competitivos, desenvolvidos de acordo com as necessidades excepcionais de seus clientes. Atualmente, a empresa também oferece soluções em fundidos para segmentos diversificados.

Com a implementação de uma nova gestão estratégica empreendedora e inovadora, a empresa inaugurou em Outubro de 2014 sua nova planta industrial, projetada com alta tecnologia para atender a crescente demanda do mercado.

A empresa conta atualmente com 48 profissionais qualificados e experientes, sendo estes 45 do sexo masculino e 3 do sexo feminino, e tendo como foco o pleno atendimento das necessidades do cliente.

## 4 RESULTADOS

Nessa seção serão expostos e discutidos os resultados obtidos pela aplicação do questionário sobre Comportamento Ético Organizacional, que foi adaptado pela autora. Serão apresentados os resultados e as porcentagens referentes às respostas dos funcionários e as análises que foram realizadas através do software SPHINX.

### 4.1 RESULTADOS REFERENTES AO COMPORTAMENTO ÉTICO DE GESTÃO DO SISTEMA

As discussões dos dados foram feitas através de cada questão relacionada ao Comportamento Ético Organizacional, sendo um total de 20 questões analisadas uma a uma com suas respectivas porcentagens. Ao todo, a empresa conta com 48 funcionários, mas apenas 31 destes se dispuseram a responder os questionários. Os não participantes alegaram estar ocupados e/ou não quiseram responder e alguns não compareceram ao trabalho no dia da coleta dos dados.

A seguir, na Tabela 1, encontram-se as tabulações das respostas dos entrevistados e a partir destas será efetuada a análise de cada questionamento, relacionando-os com autores que permitam a fundamentação das ideias identificadas nas respostas do questionário.

Tabela 1 Resposta dos Entrevistados sobre Comportamento Ético Organizacional do fator Gestão do Sistema

<b>Questões</b>	<b>Discordo Totalmente</b>	<b>Apenas Discordo</b>	<b>Apenas Concordo</b>	<b>Concordo Totalmente</b>	<b>Não resposta/a nulada</b>
1.Oferece oportunidade para a correção de erros	0,0%	6,5%	58,1%	29,0%	6,5%
6. Trata com igualdade a todos os	3,2%	22,6%	48,4%	25,8%	0,0%

empregados					
7. Trata seus empregados, na empresa, como possuidores de direitos e deveres	6,5%	19,4%	38,7%	29,0%	6,5%
9. "Reconhece, publicamente, dentro e/ou fora da empresa, os trabalhos bem-feitos	3,2%	9,7%	67,7%	16,1%	3,2%
10. Possui políticas que impedem que seus empregados sejam humilhados e/ou discriminados na empresa	6,5%	16,1%	48,4%	29,0%	0,0%
11. Estabelece prazos compatíveis com as tarefas a serem executadas"	12,9%	12,9%	45,2%	25,8%	3,2%
12. Possui objetivos que são conhecidos por todos	9,7%	32,3%	32,3%	25,8%	0,0%
13. Possui políticas justas de avaliação de seus empregados	6,5%	25,8%	48,4%	19,4%	0,0%
14. Possui políticas que permitem a	16,1%	22,6%	48,4%	9,7%	3,2%

participação de todos os envolvidos nas tomadas de decisões					
15. Possui políticas que permitem aos gerentes permanente renovação de seus conhecimentos	3,2%	22,6%	51,6%	19,4%	3,2%
16. Possui políticas que são conhecidas por todos	6,5%	38,7%	35,5%	16,1%	3,2%
17. Possui regras e normas que foram definidas a partir da consulta a todos os envolvidos	0,0%	32,3%	48,4%	16,1%	3,2%
19. Possui políticas que permitem aos empregados contínua revisão de seus conhecimentos	6,5%	25,8%	48,4%	16,1%	3,2%
20. Não modifica as regras e normas sem prévia consulta aos envolvidos	9,7%	25,8%	48,4%	12,9%	3,2%

Fonte: elaborado pela autora, 2018.

Em relação à questão 1 “Oferece oportunidade para a correção de erros”, pelas respostas dos entrevistados, constatou-se que nenhum funcionário discorda totalmente com a questão, sendo este um ponto positivo. Aqueles que apenas concordaram com a questão somaram 58,1% e os que concordam totalmente, 29,0%, mostrando assim que a empresa oferece a oportunidade de corrigir seus próprios erros.

Quanto à questão 6 “Trata com igualdade a todos os empregados” a maioria (48,4%) apenas concordam com a afirmativa, enquanto 3,2% discordam totalmente. O estudo realizado por Silveira et. al., (2009), traz um número bem maior de funcionários que discordam totalmente (19%), ou seja, eles afirmam que a empresa não trata com igualdade todos os seus empregados. Vale ressaltar que a adoção de práticas de igualdade proporciona um ambiente de trabalho diferenciado, aumentando o grau de satisfação e motivação dos funcionários.

A questão 7 “Trata seus empregados, na empresa, como possuidores de direitos e deveres”, demonstra que 67,7% dos respondentes concordam que os empregados possuem direitos e deveres, e 19,4% apenas discordam com a afirmativa. Cohen (2018), em seu estudo, constatou que 87% dos respondentes concordavam, e apenas 11,5% discordavam frente aos comportamentos estipulados da empresa.

Como relação à questão 9 “Reconhece, publicamente, dentro e/ou fora da empresa, os trabalhos bem-feitos” obteve-se um resultado favorável, pois 67,7% apenas concordam que a empresa reconhece seus funcionários dentro e fora da empresa, e apenas 3,2% discordam totalmente com o conteúdo. Os resultados obtidos por Silveira et. al., (2009) assinalaram que 92% responderam positivamente a questão, ou seja, há publicidade ao bom desempenho dos funcionários.

A pergunta de número 10 “Possui políticas que impedem que seus empregados sejam humilhados e/ou discriminados na empresa”, mostra que 77,4% concordam totalmente ou apenas concordam com a mesma, enquanto um número relativamente significativo, 16,1% apenas discorda com a afirmativa. Na pesquisa de Cohen (2018, p.9), relata-se que 86% dos entrevistados concordam que a empresa tem métodos para impedir que seus funcionários sejam discriminados. Com a prevenção desses atos, a empresa deve impedir que hajam comportamentos antiéticos referentes a sabotagem, espionagem, entre outros.

Em relação a questão 11 “Estabelece prazos compatíveis com as tarefas a serem executadas” os que apenas concordam com o assunto são 45,2% dos respondentes, tendo resultados iguais de 12,9%, nas questões que discordam totalmente e apenas discordam. Estes funcionários acham que o tempo alocado para a realização de atividades não é compatível com a necessidade real de tempo para a sua realização.

Conforme a questão 12 “Possui objetivos que são conhecidos por todos”, os que apenas concordam e apenas discordam tem um percentual igual de 32,3%, entretanto, 9,7% dos mesmos discordam totalmente, totalizando 42% discordantes e 58% dizem ter objetivos bem definidos. Segundo Chiavenato (2000), uma organização só opera com eficiência quando os objetivos da organização estão em equilíbrio com os objetivos e necessidades dos indivíduos que para ela trabalham. Além disso, a boa definição de objetivos leva o trabalhador a planejar suas atitudes e não precisar recorrer a comportamentos antiéticos.

De acordo com a questão 13 “Possui políticas justas de avaliação de seus empregados” 67,8% dos entrevistados concordaram com a afirmação, enquanto 25,8% apenas discordam. Para Vedana e Coltre (2015, p.7), os empregados necessitam saber como são avaliados, quais os critérios que a empresa utiliza para realizar promoções, nomeações, remanejamentos e aumentos salariais, demonstrando assim a seriedade da empresa e a oportunidade à igualdade.

Na questão 14 “Possui políticas que permitem a participação de todos os envolvidos nas tomadas de decisões” os que concordam totalmente são apenas 9,7%, 48,4% apenas concordam e outros 16,1% discordam totalmente. Silveira et. al., (2009) dá ênfase no resultado negativo obtido em seu estudo, em que cerca de 32% discordaram sobre a existência da participação de todos dentro da empresa. A participação gera envolvimento e comprometimento e a ausência de comprometimento é um fator de instabilidade organizacional.

A questão 15 “Possui políticas que permitem aos gerentes permanente renovação de seus conhecimentos” mostra que 71% foram favoráveis, apresentando praticamente o mesmo resultado obtido pelo estudo de Cohen (2018), onde 69% dos funcionários concordaram. Novos aprendizados podem comparar vantagem competitiva em relação aos concorrentes e atualização de novos conhecimentos.

Quanto à questão 16 “Possui políticas que são conhecidas por todos”, os que apenas concordam e apenas discordam tem um resultado bem parecido, e 16,1%

dos entrevistados concordam totalmente que a empresa tem políticas conhecidas por todos. Mostrando assim que poucos concordam totalmente que a empresa possui políticas conhecidas por todos e a maioria apenas concorda com a mesma.

Com relação à questão 17 “Possui regras e normas que foram definidas a partir da consulta a todos os envolvidos” tendo em vista que os que apenas discordam foram 32,3% e os que apenas concordam não passam de metade, apenas 48,7%, pode-se afirmar que a empresa possui algumas regras e normas que foram definidas com a consulta de todos. Tal situação gera um sentimento de não pertencimento por parte do funcionário, que pode deixar de seguir as regras por não acreditar em sua transparência e validade.

A questão 19 “Possui políticas que permitem aos empregados contínua revisão de seus conhecimentos”, nos mostra que um número relativamente grande de funcionários, 32,3%, discordam desta afirmativa. Srour (2000) refere este valor ligado à responsabilidade da empresa com a medida de incentiva as práticas de ações e estudos relacionados a inovações tecnológicas e saber. Vedana e Coltre (2015) acrescentam que a organização que oportuniza a qualificação de seu quadro funcional fortalece o vínculo, permitindo que os funcionários não se acomodem.

Por fim, a questão 20 “Não modifica as regras e normas sem prévia consulta aos envolvidos” nos mostra que 48,5% apenas concordam e 25,8% apenas discordam com o questionamento, deixando como dúvida se a empresa modifica as regras sem consultar os envolvidos.

## 4.2 RESULTADOS REFERENTES AO COMPORTAMENTO ÉTICO DE ORIENTAÇÃO PARA O CLIENTE

Tabela 2- Resposta dos Entrevistados sobre Comportamento Ético Organizacional do fator Orientação para o cliente

<b>Questões</b>	<b>Discordo Totalmente</b>	<b>Apenas Discordo</b>	<b>Apenas Concordo</b>	<b>Concordo Totalmente</b>	<b>Não resposta/a nulada</b>
2.Oferece seus produtos a preços competitivos	0,0%	9,7%	48,4%	29,0%	12,9%



3.Oferece seus produtos nos prazos prometidos	6,5%	12,9%	54,8%	22,6%	3,2%
4.Presta informações precisas e objetivas a seus clientes, quando solicitada	6,5%	6,5%	54,8%	25,8%	6,5%
5.Presta informações precisas e objetivas a seus clientes, quando solicitada	3,2%	0,0%	58,1%	32,3%	6,5%
8. Busca assegurar honestidade em suas transações com seus clientes	3,2%	6,5%	54,8%	32,3%	3,2%
18. "Responde, de maneira precisa, às demandas de sua clientela	6,5%	12,9%	54,8%	22,6%	3,2%

Fonte: elaborada pela autora, 2018.

Para Sour (2000, p.17), a transparência entre a relação da empresa com o cliente é de extrema relevância, bem como a mesma deve fornecer produtos ou serviços de qualidade, a preços competitivos e no prazo prometido. A empresa deve manter informações necessárias e objetivas sobre seu produto ou serviço para seus consumidores e servir o mesmo com qualidade e profissionalismo.

A questão de número 2 "Oferece seus produtos a preços competitivos", mostra que 87.1% apenas concordam ou concordam totalmente com a afirmativa; 9,7% apenas discordam que a empresa oferece produtos a preços competitivos. Igualmente, no estudo de Cohen (2018), 73% dos colaboradores entrevistados

acreditam que a empresa busca oferece preços competitivos para seus clientes permitindo assim controlar a concorrência e atrair novos consumidores.

Da mesma forma, a questão 3 “Oferece seus produtos nos prazos prometidos”, demonstra que 77,4% apenas concordam ou concordam totalmente com a afirmação. No entanto os funcionários que apenas discordam com a questão totalizaram 12,9%, alegando que a empresa muitas vezes não cumpre os prazos prometidos para entregar seus produtos. Srour (2000) ressalta que esse conceito implica que a empresa atenuie seus processos, realizando estudos para definir o seu tempo de produção e também o período da entrega de seus produtos ou serviços para estabelecer um padrão a ser divulgado pela empresa.

De acordo com a questão de número 4 “Presta informações precisas e objetivas a seus clientes, quando solicitada”, pode-se perceber que a maioria dos entrevistados apenas concordam ou concordam totalmente com o enunciado. A porcentagem de funcionários que discordam totalmente e que não responderam ou marcaram mais de uma alternativa foi a mesma, 6,5%. Da mesma forma, no estudo de Cohen (2018), 82,7% manifestam concordância de uma relação transparente com o cliente e segundo Srour (2003), isto implica que com os objetivos, valores e conteúdos práticos para o cliente, a empresa alcança credibilidade e confiabilidade.

Na questão de número 5 “Respeita e valoriza seus clientes”, 3,2% dos funcionários discordam totalmente que a empresa respeita e valoriza seus clientes, e nenhum deles apenas discorda da mesma. 58,1% apenas concorda que a empresa respeita e valoriza os clientes e 32,3% concordam totalmente que a empresa respeita seus clientes e valoriza-os. Srour (2000) enfatiza que a transparência entre a relação da empresa e do cliente é suma importância, e que deve fornecer produtos ou serviços com qualidade e no prazo prometido ao cliente, bem como a mesma deve manter os preços competitivos.

A questão 8 que “Busca assegurar honestidade em suas transações com seus clientes”, nos mostra que a maior parte dos entrevistados (54,8%) apenas concorda com a mesma, sendo que 32,3% concorda totalmente. Vedana e Coltre (2015), afirmam que o comportamento organizacional vai desde a negociação com o fornecedor até a satisfação do cliente, onde as estratégias utilizadas com honestidade é que contribuem para a integridade dos relacionamentos envolvidos entre a empresa e o cliente.

Finalizando as questões relacionadas à orientação ao cliente, a questão 18 “Responde, de maneira precisa, às demandas de sua clientela”, indica que 54,8% dos funcionários apenas concordam que a empresa responde as demandas de sua clientela e 6,5% discordam totalmente. Silveira et. al., (2009) encontraram um número bem mais significativo, com 95% dos funcionários manifestando-se favoravelmente.

Podemos perceber que em praticamente todas as questões os funcionários apenas concordam com a mesma, não tendo assim uma opinião formada sobre a empresa que os emprega.

Conforme Fernandes, Júnior & Oliveira (2011), se os empregados percebem que a organização adota políticas, regras e normas claras e que sejam honestas para a gestão do sistema de sua empresa, adota princípios éticos de honestidade, igualdade, transparência, mantém compromissos e respeito, utiliza normas e procedimentos conhecidos por todos para a demissão de empregados, além de reconhecer financeiramente os empregados pelo trabalho que foi realizado, através do salário pago, eles perceberão que a organização é capaz de promover a integração de pessoas e equipes e perceberão que a organização estimula o compartilhamento organizacional e a integração dos membros em suas equipes de trabalho.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo apresentar um estudo sobre o comportamento ético organizacional em uma empresa X do ramo de fundição e usinagem do Município de Cerro Largo - RS.

Cardoso (2000) destaca que a ética não é mais apenas sobre os dilemas morais que o indivíduo vive. Sua proporção é maior, ela está nas organizações que compõem a sociedade atual e onde as pessoas passam a maior parte do seu tempo. Por isso, para o mesmo autor, a ética organizacional está diretamente vinculada aos códigos de conduta aceitos nas organizações e sua credibilidade depende de como cada organização pratica efetivamente os valores de integridade, honestidade, transparência, qualidade do produto e respeito ao consumidor interno e externo.

Com esta preocupação Gomide Jr. & Fernandes, (2008) desenvolveu a escala de percepção de comportamentos éticos organizacionais – EPCEO. Portanto, investigar a percepção sobre esses comportamentos contribuirá para a melhoria dos ambientes de trabalho e para a qualidade de vida dentro e fora das organizações.

A avaliação, aplicada sob dois fatores (Gestão do sistema e Orientação para o cliente), permitiu identificar, por meio da percepção dos colaboradores, que o item mais assinalado na maioria das questões foi a “apenas concordo”, indicando assim que os funcionários não têm uma ideia totalmente formada sobre o assunto pesquisado.

A partir das respostas dos funcionários, o fator Gestão do Sistema se mostrou mais relevante pelo fato de apresentar um baixo índice de respostas anuladas/não respondidas e pequenas porcentagens de funcionários que discordavam totalmente com as questões, sendo destas apenas 2 com índices maiores.

Em relação ao fator Orientação para o cliente, os próprios funcionários relataram dificuldade em responder as questões, por não possuírem relação direta com os clientes. O contato com os mesmos fica a cargo de 5 funcionários gestores, enquanto o restante realiza o trabalho de fundição e usinagem. Esse fato se confirma analisando as grandes porcentagens de funcionários que “apenas concordam” e “não responderam/anuladas”, em todas as questões relacionadas ao cliente.

Em ambas os fatores os resultados obtidos foram semelhantes, sendo o maior percentual de respostas o item “apenas concordo”, mostrando que a empresa não tem um comportamento ético bem definido dentro de sua organização.

Por fim, alguns fatores da ética empresarial que necessitam serem praticados com os colaboradores, com os clientes e a sociedade em geral, são: a clareza nos objetivos e ações da empresa, as constantes oportunizarão o crescimento profissional, a estipulação de prazos com a estimativa de tempo de entrega evitando a sobrecarga e pressão desnecessária, desta forma à empresa estará demonstrando ativamente como portar-se eticamente.

## 5.1 LIMITAÇÕES

A análise efetuada das respostas dos questionários tomou por base a aplicação de um questionário em um único momento o que pode afetar diretamente as respostas dos empregados (discussões, descontentamentos), falta de parâmetros de comparação por (perfis, gênero, escolaridade, etc.). Da mesma forma poderia ser buscado se existe diferenças entre aqueles que efetuaram algum tipo de treinamento dos que não realizaram nenhum.

## 5.2 SUGESTÕES

Replicar o mesmo questionário com empresas do mesmo segmento, para permitir comparações. Efetuar pesquisas por municípios diferentes, estados, etc. Buscar outras metodologias que permitam uma análise mais aprofundada das questões levantadas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRÃO, B. S. **História da Filosofia**. São Paulo: Nova Cultural, 2004.

AGUILAR, F. J. **A ética nas empresas: maximizando resultados através de uma conduta ética nos negócios**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1996.

ALMEIDA, F. J. R. **Ética e desempenho social das organizações**: um modelo teórico de análise dos fatores culturais e contextuais. Revista de administração contemporânea, Curitiba, v.11, n.3, 2007.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

ANDRADE, Z. A. **A Gestão da Ética Organizacional**: possibilidades de atuação dos profissionais de comunicação organizacional e relações públicas. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Curitiba, 2009.

ARRUDA, M. C. C.; WHITAKER, M. C.; RAMOS, J. M. R. **Fundamentos de Ética Empresarial e Econômica**. 4. ed, São Paulo: Atlas, 2009.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide aparecida de Souza. **Fundamentos de Metodologia**. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

BAKER, T. L.; HUNT, T. G.; ANDREWS, M. C. **Promoting ethical behavior and organizational citizenship behaviors**: The influence of corporate ethical values. Journal of Business Research, v. 59, n. 7, p. 849-857, 2006. ISSN 01482963.

BATISTA, M. A. C.; MALDONADO, J. M. S. D. V. **The role of the public purchaser in public institutions of science and technology in health**. Revista de Administração Pública, v. 42, n. 4, p. 681-699, 2008.

BEHRING, E. R.; BOSCHET, I.; SANTOS, L. R.; PIOVEZAN, P. R. **Política social: fundamentos e história.** Revista ORG & DEMO, v. 14, n. 2, 2013.

BIFF, R.; BÜSEMAYER, A. **Comportamentos Éticos Organizacionais.** Anuário Da Produção De Iniciação Científica Discente. Faculdade Anhanguera de Joinville - Unidade II, v. 13, n. 20, 2010.

BONDARIK, Roberto; PILATTI, Luis Alberto; DE FRANCISCO, Antonio Carlos. **ÉTICA MANAGERIAL: A ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS.** J. Technol. Manag. Innov. 2006, Volume 1, Issue 5.

CAMARGO, M. **Ética na empresa.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

CARDOSO, C. C. Éticas e políticas éticas em contexto empresarial: In: RODRIGUES S. B. CUNHA, M. P. **Estudos organizacionais: novas perspectivas na administração de empresas.** São Paulo: Iglu, 2000.

CASALI, A. **Ética e sustentabilidade nas relações públicas.** Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas. São Paulo, n. 8, p. 48-58, 2008.

CHALITA, G. **Vivendo a filosofia.** São Paulo: Atual, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos: edição compacta.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

**COHEN, Eric David.** Estudo do Modelo de Comportamentos Éticos Organizacionais. **Universidade de Campinas, 2018.**

CORTINA, A. et al. **Ética de la empresa: Claves para una nueva cultura empresarial.** Madrid: Editorial Trotta, 2005.

COSTA, F. J. **Mensuração e desenvolvimento de escalas: aplicações em administração.** Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.

EGG, R. F. R. **Ética nas organizações.** IESDE Brasil, Curitiba, 2012.

ELBERT, A. P. **Comportamento ético no tribunal de contas do estado de Santa Catarina**. Monografia (Especialização em Gestão Pública) - Universidade Candido Mendes, Florianópolis, 2013.

ENCARTA. **Enciclopédia encarta 2001**. Microsoft Corporation, 2001. CR-ROM.

ETHOS. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. **Indicadores Ethos-Sebrae de responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas**. São Paulo: Ethos, 2011. Disponível em: <  
[https://www.ethos.org.br/cedoc/indicadores-ethos-sebrae-para-micro-e-pequenas-empresas-diagnostico-de-rsesustentabilidade-para-pequenos-negocios/#.W938\\_pNKjIU](https://www.ethos.org.br/cedoc/indicadores-ethos-sebrae-para-micro-e-pequenas-empresas-diagnostico-de-rsesustentabilidade-para-pequenos-negocios/#.W938_pNKjIU) > Acesso em: 30 out. 2018.

FERNANDES, M. N. **Saúde Organizacional, Ética E Confiança: O Teste De Um Modelo Preditivo A Partir Da Percepção Dos Empregados**. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2008.

FERNANDES, M. N.; JÚNIOR, S. G.; OLIVEIRA, A. F. **Saúde Organizacional: Uma Proposta de Modelo de Análise**. Revista Psicologia: Organizações e Trabalho, p. 54-65, 2011.

FERRER, J. J.; ÁVAREZ, J. C. **Para fundamentar a bioética: Teorias e paradigmas teóricos na bioética contemporânea**. São Paulo: Loyola, p. 15, 2005.

FERRELL, O. C. *et al.* **Business ethics, corporate social responsibility, and brand attitudes: An exploratory study**. *Journal of Business Research*, 2018. ISSN 01482963.

FIGUEIREDO, A. M.; GUILHEM, D. **Ética e Moral**. *Revista Internacional Interdisciplinar, INTERthesis*. Florianópolis, v. 5, p. 29-46, 2008.

FINK, A. **How to sample in survey**. Thousand Oaks, Sage, 1995d. [The Survey Kit, v.6].



FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GAION, Aparecida Vani Frasson, et.al. **O Comportamento Ético da Empresa Perante a Sociedade**. Revista Eletrônica de Ciências Empresariais, Ano I, n. 02, Jan/Jul, 2008.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

\_\_\_\_\_. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMIDE JR, S.; FERNANDES, M. N. Comportamentos Éticos Organizacionais. In: SIQUEIRA, M. M. M. (Org.). **Medidas do Comportamento Organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão**. Porto Alegre: Artmed, 2008

HUMBERG, M. E. **Ética empresarial e relações públicas**. Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, São Paulo, n. 8, p. 89-98, 2008.

HUMBERG, M. E. **O profissional e a ética empresarial**. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, . p. 81-88, 2006

JESUS, T. A.; SARMENTO, M.; DUARTE, M. **Ética e responsabilidade social**. Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal, v. 29, p. 3-30, 2017.

LIMA VAZ, H.C. **Escritos de Filosofia IV: Introdução à Ética filosófica I**. São Paulo: Loyola, 1999.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MASIERO, G. **Administração de empresas: teoria e funções com exercícios e casos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

MEIRELLES, M.. **O Uso do SSPS (Statistical Package for the Social Sciences) na Ciência Política: Uma breve introdução**. Pensamento Plural. Pelotas, v. 14, n. 1, p. 65-91, 2014.

MINAYO, M. C. S.; GOMES, R.; DESLANDES, S. F. (Orgs.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 30. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

MINETTO, C. **Produção Científica Sobre Liderança Transformacional: Análise Bibliométrica Nas Bases De Dados Scopus E Web Of Science Entre Os Anos 2010 A 2016**. Monografia (Bacharelado em Administração) - Curso de Administração, Universidade Federal da Fronteira Sul, Cerro Largo, 2016.

MOREIRA, Joaquim Manhães. **A Ética Empresarial no Brasil**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

NAIYANANONT, P.; SMUTHRANOND, T. **Relationships between ethical climate, political behavior, ethical leadership, and job satisfaction of operational officers in a wholesale company, Bangkok Metropolitan region**. Kasetart Journal of Social Sciences, v. 38, n. 3, p. 345-351, 2017. ISSN 4523151.

PASSOS, E. **Ética nas Organizações**. São Paulo: Atlas, 2006.

\_\_\_\_\_. **Ética nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2008.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de Metodologia Científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa**. 20. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

PERES, S. A. S.; DOMENICO, T. **Ética nas Organizações**. Maiêutica - Cursos de Gestão. Centro Universitário Leonardo da Vinci-UNIASSELVI, 2013.

ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. 9. ed., São Paulo: Prentice Hall, 2002.

ROCHA, A. C.; SOUZA, E. T. A.; CERETTA, G. F. **Comportamento Ético Organizacional**: O caso de uma indústria do setor de Alimentação Animal. Reuna, Belo Horizonte, v. 21, n. 4, p. 23-36, 2016.

RODRIGUES, M. L.; LIMENA, M. M. C. (Orgs.). **Metodologias multidimensionais em Ciências Humanas**. Brasília: Líber Livros Editora, 175p, 2006.

SANTOS, A. R. **Metodologia científica**: A construção do conhecimento. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

\_\_\_\_\_. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. 5. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

SAMPIERI, R.H. *et al.* **Metodologia de la investigación**. México McGraw-Hill, 1991.

SCHULTZ, G. **Introdução à gestão de organizações**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 159, 2016.

SILVA Júnior, S. D.; COSTA, F. J. **Mensuração e Escalas de Verificação**: uma Análise Comparativa das Escalas de Likert e Phrase Completion. Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia. São Paulo, Brasil, v. 15, p. 1-16, 2014.

SILVA, F. C. L. **Ética**: Conduta Ideal e Conduta Real. 2010.

SILVA, G. C.; SILVA, A. D. F.; SILVA, N. C. F. **A Importância da Ética na Comunicação Organizacional**: Uma Análise do Processo Comunicativo em Organizações de Caruaru-PE. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas, Brasília, v. 1, n. 2, p. 25-44, 2017.

SIQUEIRA, M.M.M.; GOMIDE Jr., S. **Os vínculos do indivíduo com a organização e com o trabalho**. In: Zanelli, J.C.; Borges-Andrade, J.E. & Bastos, A.V.B. (orgs) *Psicologia Organizacional e Trabalho*, 2004, Porto Alegre: Artmed, p. 300-330.

SPHINX LÉXICA (v.2.0). **Sphinx user's guide**. Ancecy, France, **Le Sphinx Développement**, 1995; e Porto Alegre, Brasil, 1997. Disponível em<[sphinx@portoweb.com.br - <http://www.sphinxbr.com.br>]. Acesso em 02 de set. de 2018.

SROUR, R. H. **Ética empresarial**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

SUNG, J. M. **Conversando sobre ética e sociedade**. Petrópolis: Vozes, 1995.

TOMANIK, E. A. **A ética e os comitês de ética em pesquisa com seres humanos**. *Psicologia em estudo*. Maringá , v. 13, n. 2, p. 395-404, 2008.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987 *apud* GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo. *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 120 p., 2009.

URDAN, André Torres. **Os consumidores recompensam o comportamento ético?** *Revista de Administração - RAUSP*, São Paulo, v.36, n.02, p.06-15, abr./jun. 2001

VÁSQUEZ, A. S. **Ética**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, p. 61-82, 2000.

VAZ, H. C. L. **Escritos de Filosofia IV: Introdução à Ética filosófica 1**. São Paulo, Brasil: Edições Loyola, p. 475, 1999.

VEDANA, G. A.; COLTRE, S. M. **Comportamentos éticos organizacionais em uma indústria metalúrgica do Sudoeste do Paraná**. In: Congresso de administração da América Latina. Unioeste - Ponta Grossa-PR, 2015.

ZOBOLI, E. L. C. P. **A ética nas organizações**. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, Coleção Reflexão, v. 2, n. 4, 2001.

ZYLBERSZTAJN, D. **Organização ética**: um ensaio sobre comportamento e estrutura das organizações. Revista de Administração Contemporânea, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 123-143, 2002.

**ANEXO A – Questionário sobre Comportamento Ético Organizacional, dos autores Gomide Júnior e Fernandes (2008), adaptado pela autora.**

**Escala de Percepção de Comportamentos Éticos Organizacionais – EPCEO**

A seguir, estão frases que podem traduzir o que você pensa sobre seu trabalho e sobre a organização onde você trabalha. Assinale sua opinião sobre cada uma delas, anotando, nos parênteses, sua concordância conforme os códigos abaixo:

- 1 = Discordo Totalmente  
 2 = Apenas Discordo  
 3 = Apenas Concordo  
 4 = Concordo Totalmente

A empresa onde eu trabalho...

<b>QUESTÕES</b>	<b>DISCORDO TOTALMENTE</b>	<b>APENAS DISCORDO</b>	<b>APENAS CONCORDO</b>	<b>CONCORDO TOTALMENTE</b>
1. Oferece oportunidade para a correção de erros.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
2. Oferece seus produtos a preços competitivos.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
3. Oferece seus produtos nos prazos prometidos.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
4. Presta informações precisas e objetivas a seus clientes, quando solicitada.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
5. Respeita e valoriza seus clientes.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
6. Trata com igualdade a todos os empregados.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
7. Trata seus empregados, na empresa, como possuidores de direitos e deveres.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )

<b>QUESTÕES</b>	<b>DISCORDO TOTALMENTE</b>	<b>APENAS DISCORDO</b>	<b>APENAS CONCORDO</b>	<b>CONCORDO TOTALMENTE</b>
8. Busca assegurar honestidade em suas transações com seus clientes.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
9. Reconhece, publicamente, dentro e/ou fora da empresa, os trabalhos bem-feitos.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
10. Possui políticas que impedem que seus empregados sejam humilhados e/ou discriminados na empresa.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
11. Estabelece prazos compatíveis com as tarefas a serem executadas.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
12. Possui objetivos que são conhecidos por todos.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
13. Possui políticas justas de avaliação de seus empregados.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
14. Possui políticas que permitem a participação de todos os envolvidos nas tomadas de decisões.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
15. Possui políticas que permitem aos gerentes permanente renovação de seus conhecimentos.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
16. Possui políticas que são conhecidas	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )

<b>QUESTÕES</b>	<b>DISCORDO TOTALMENTE</b>	<b>APENAS DISCORDO</b>	<b>APENAS CONCORDO</b>	<b>CONCORDO TOTALMENTE</b>
por todos.				
17. Possui regras e normas que foram definidas a partir da consulta a todos os envolvidos.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
18. Responde, de maneira precisa, às demandas de sua clientela.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
19. Possui políticas que permitem aos empregados contínua revisão de seus conhecimentos.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
20. Não modifica as regras e normas sem prévia consulta aos envolvidos.	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )



## **ANEXO B - Termo De Consentimento Livre E Esclarecido (TCLE) Comitê de Ética em Pesquisa – CEP/UFFS**

### **COMPORTAMENTO ÉTICO ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO SOBRE A EMPRESA X DO RAMO DE FUNDIÇÃO E USINAGEM NO MUNICÍPIO DE CERRO LARGO – RS.**

Prezado participante,

Você está sendo convidado (a) a participar da pesquisa que tem como título: Comportamento Ético Organizacional: Um Estudo Sobre A Empresa X Do Ramo De Fundação E Usinagem No Município De Cerro Largo – RS, elaborado pela aluna Joice Nicolay Hartmann Maciel, discente de Graduação em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), Campus de Cerro Largo/RS, sob orientação do Professor Doutor Manoel do Nascimento Filho. O objetivo central do estudo é analisar o Comportamento Ético Organizacional na empresa x do ramo de fundição e usinagem, localizada no município de Cerro Largo – RS a partir da percepção dos investigados. O estudo tem como relevância propor a compreensão sobre comportamento ético organizacional, o qual se fundamenta na busca por um melhor entendimento dos elementos de análise das organizações, na contribuição dos principais conceitos e características sobre ética e responsabilidade empresarial, bem como, tais fatores poderiam influenciar o contexto organizacional.

O convite a sua participação se deve à ao fato de você ser colaborador da Empresa X do ramo fundição e usinagem, onde através de sua opinião e percepção sobre comportamento ético organizacional, será possível compreender como é o comportamento ético organizacional da empresa em que atuam. A sua participação consistirá em responder a um questionário estruturado, em momento apropriado, com aproximadamente 5 minutos de duração, com questões baseadas área de Recursos Humanos.

Sua participação não é obrigatória e você tem plena autonomia para decidir se quer ou não participar, bem como desistir da colaboração neste estudo no momento em que desejar, sem necessidade de qualquer explicação e sem nenhuma forma de penalização. Você não será penalizado de nenhuma maneira caso decida não consentir sua participação, ou desista da mesma. Contudo, ela é muito importante para a execução da pesquisa. Você não receberá remuneração e

nenhum tipo de recompensa nesta pesquisa, sendo sua participação voluntária. Porém, ela é muito importante para a realização da pesquisa.

Serão garantidas a confidencialidade e a privacidade das informações por você prestadas. Qualquer dado que possa identificá-lo será omitido na divulgação dos resultados da pesquisa e o material armazenado em local seguro. Os resultados serão divulgados em eventos e/ou publicações científicas mantendo sigilo dos dados pessoais. Caso concorde em participar, uma via deste termo ficará em seu poder e a outra será entregue ao pesquisador. Não receberá cópia deste termo, mas apenas uma via.

Desde já agradecemos sua participação!

Cerro Largo, RS, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ 2018.

---

Manoel do Nascimento Filho - Pesquisador responsável

Telefone: (55) 99131-9777, e-mail: manoel.nascimento773@gmail.com/ Endereço para correspondência: (Rua Marechal Floriano, 572, Centro. CEP 98005-060. Cruz Alta– RS – Brasil).

Em caso de dúvida quanto à condução ética do estudo, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da UFFS:

Tel e Fax - (0XX) 49- 2049-3745

E-Mail: cep.uffs@uffs.edu.br

**[http://www.uffs.edu.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2710&Itemid=1101&site=proppg](http://www.uffs.edu.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2710&Itemid=1101&site=proppg)**

Endereço para correspondência: Universidade Federal da Fronteira Sul/UFFS - Comitê de Ética em Pesquisa da UFFS, Rodovia SC 484 Km 02, Fronteira Sul, CEP 89815-899 Chapecó - Santa Catarina – Brasil).

Declaro que entendi os objetivos e as condições de minha participação na pesquisa e concordo em participar.

Nome completo do (a) participante: \_\_\_\_\_

E-mail (caso deseje receber cópia da pesquisa): \_\_\_\_\_

Caso não possua ou não deseje receber por e-mail, indique outra forma: \_\_\_\_\_

---

Assinatura do Participante