

ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES

Sandra Soares Freire¹, Jair José Maldaner²

¹Estudante do Curso Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio – IFTO. Bolsista do Programa de Iniciação Científica. e-mail: <Sandrasoaresfreire09@gmail.com>

²Doutor em Educação, Licenciado em Filosofia – Professor do IFTO, Email: jair@ifto.edu.br

Resumo Este artigo aborda como tema temática da ética e da responsabilidade social no âmbito organizacional. A metodologia utilizada foi a de revisão de literatura com base em diversos textos bibliográficos. Com os avanços e desenvolvimento da sociedade, as empresas passaram a ter uma maior responsabilidade quanto ao seu posicionamento social, tornando a ética e a responsabilidades destes órgãos bem como condutas de comportamento, como o código de ética, fatores decisivos para que a mesma cumpra com suas novas obrigações impostas pela nova organização da sociedade .

Palavras-chave: Ética, Organizações, Responsabilidade social, Sociedade.

1-INTRODUÇÃO

Este texto aborda o tema da ética e da responsabilidade social no âmbito organizacional.

Assim como com o indivíduo, nas organizações também existem determinadas precauções quanto às suas responsabilidades éticas, morais e sociais, de tal modo as suas responsabilidades econômicas e legais. Assim, de acordo com Parra (2013) a ética no ambiente organizacional tem por objetivo estudar os valores e princípios que a empresa irá adotar, a fim de decidir sobre o certo e o errado na sua conduta e na forma de tomar as suas decisões.

2. ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL DENTRO E FORA DAS ORGANIZAÇÕES

A ética é classificada como um fragmento da Filosofia, voltada para o estudo e análise da moral, sendo ela, a conduta de normas e regras impostos ao indivíduo integrante de uma sociedade. Compreendida também, como a resultante do conjunto de valores e princípios que o indivíduo utiliza para conciliar, segundo Cortella em uma entrevista a um programa de televisão em 2010, as três grandes vertentes da vida: o quero, o devo e o posso.

As organizações com o tempo passaram a adquirir um importante papel social, no qual sua visão de mercado deixou de ser essencialmente a obtenção de lucro, passando a se preocupar com as questões sociais, o bem-estar do consumidor e com a qualidade dos produtos e serviços, tornando todas essas questões o diferencial entre as empresas, fazendo com que as organizações que adotem esses novos critérios de produção, passem a ter uma ênfase no mercado. Assim como para Bertonecello e Chang Júnior (2007), a sociedade espera que as empresas tenham posturas éticas diante dos seus

negócios atuando além de questões legais. Assim elas assumem uma outra função, de comunicação e conscientização.

Como já ressaltado anteriormente, assim como as corporações são influenciadas pelos seus interlocutores, estudando seus comportamentos de mercado com a necessidade de atender aos desejos de seus clientes, seu comportamento também reflete na sociedade. O reflexo dessas corporações atingem variados patamares sociais e ambientais, proporcionais à extensão dessas organizações, independentemente de serem estatais ou não. As organizações são participantes ativas na sociedade, ou seja, são agentes modificadores da sociedade, (Hall. H. Richard, 2009, 16).

Chiavenato (2005), afirma que estamos em constante contato com as organizações, e este contanto estende-se das relações sociais desde as relações individuais, seja como uma parte constitutiva ou como auxiliar desta organização.

As organizações invadem e permeiam tanto a sociedade como a vida particular de cada pessoa. Diariamente estamos em contato com organizações. Se não participamos delas como membros – no trabalho, na escola, na vida social e cívica, na igreja – somos afetados como clientes, pacientes, consumidores ou cidadãos. Nossas experiências nas organizações podem ser boas ou más. Algumas vezes, as organizações podem parecer adequadas ou ajustadas às nossas necessidades e, outras vezes, nosso contato com elas pode provocar irritação e frustração. Elas podem até tornar-se um tormento para nós. Mas são imprescindíveis para a qualidade de nossas vidas e para o nosso sucesso pessoal. (CHIAVENATO, 2005, p. 24).

Para explicar a relações éticas e de responsabilidade fora das empresas, dissociando das relações internas, Passador (2002) explica:

As ações de gestão interna de responsabilidade social interna compreendem os programas de contratação, seleção, treinamento e manutenção de pessoal realizados pelas empresas em benefício de seus empregados, bem como os demais programas de benefícios voltados para a participação nos resultados e atendimento aos dependentes.

Já a responsabilidade social externa tem como foco a comunidade mais próxima da empresa ou o local onde ela está situada. Portanto o foco das ações da responsabilidade social interna é o público interno da empresa, ou seja, seus empregados e dependentes. Algumas empresas estendem a sua rede de ações internas de responsabilidade social aos funcionários de empresas contratadas, terceirizadas, fornecedores e parcerias. (PASSADOR, 2002, p. 7).

2.1- Condutas éticas

O código de ética surge através da necessidade de consolidar as relações éticas de uma organização. O código de ética empresarial, é responsável por estabelecer um padrão de comportamento exigido pela empresa, com a finalidade de elevar o nome da organização, através do aprimoramento do comportamento dos indivíduos que formam a corporativa, e do modo de produção.

Isto se deve a otimização das relações comportamentais no ambiente de trabalho, a partir do momento em que todos os servidores da empresa passam a compartilhar dos mesmos ideais éticos.

Este não é o único método alternativo de alterar as condutas corporativas, entretanto é o primeiro passo e, um dos mais importantes para que este processo ocorra. A transformação da norma de princípios morais das empresas, é uma prática constante, que como dito anteriormente, está ligada a cultura, as expectativas comportamentais por parte dos interlocutores da empresa, dos avanços sociais, etc. que deve partir do mais elevado cargo administrativo, expandir por toda a empresa e refletir na sociedade, em um ciclo constante.

Para explicar a importância e a influência da ética para dentro das organizações, Germano (2003), relaciona a doutrina da lucratividade de Friedman ao comportamento dos funcionários da empresa, no qual a compulsão pelo lucro norteia o comportamento do funcionário induzindo-o a realizar suas devidas atividades com mais dedicação e eficiência.

A doutrina lucrativista de Friedman traz impactos sobre a ética interna das empresas justamente porque, quando assim compreendida pela alta direção, tende a nortear o comportamento dos demais funcionários – os quais tendem a seguir metas de vendas e resultados hierarquicamente impostas, por exemplo, ainda que desconheça o caráter ético dessa conduta. Não raro, o lucrativismo tende a dar origem a uma ética interna pautada pela competição (pois os departamentos e áreas tendem a reproduzir a ética do aumento cego e incessante de lucros em seus próprios microcosmos) e, nos casos mais extremos, de agressividade. (GERMANO, 2003, p. 47).

Desse modo, para que as organizações passem a ter seu papel bem desempenhado, atingindo com todos os seus deveres como modificadores sociais, é necessário que as organizações tenham uma sólida conduta ética e de responsabilidade.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este texto teve como objetivo levantar algumas questões em relação ao tema da ética e responsabilidade social nas empresas a partir da discussão com alguns autores que abordam o assunto. A ética empresarial consiste no fator ética atuando e interagindo diretamente com as empresas, essa interação produz um conjunto de medidas adotadas como corretas pela empresa que carregará as características da moral dessa organização. Como fruto das relações de ética nas empresas surge assim a responsabilidade social, ela representa os interesses da empresa com as causas sociais, atuando como medidor do nível de comprometimento das empresas com tais causas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Questões como ética e responsabilidade social passou a fazer parte de maneira ativa nas relações empresariais, tornando-se um fator essencial em todos os setores das empresas. A qualidade e variedade de produtos deixou de ser o diferencial no meio competitivo do mercado, tendo em vista a modernização do mesmo, assim, a adoção de metodologias éticas e de responsabilidade da empresa com o ser social e com o meio ambiente, tem ganhado cada vez mais espaço na hora de decidir a compra de um produto.

As condutas morais e éticas precisam fazer parte do cotidiano dos funcionários e de todos os integrantes que interagem diretamente com a organização, para que ela se torne não apenas mais um dos critérios adotados e impostos a mesma, mas sim uma prática que representa o nome, e até mesmo o lucro das empresas, desta forma se faz necessário a criação e implementação de códigos de ética.

REFERÊNCIAS

- BERTONCELLO, S. L. T.; CHANG JÚNIOR, J. **A importância da Responsabilidade social corporativa como fator de diferenciação**, 2007. Acesso em: http://www.forumfaap.com.br/revista_faap/revista_facom/facom_17/silvio.pdf. 6 julh. 2019.
- CARDOSO, A. et al. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- CHIAVENATO, I. **Comportamento Organizacional: A Dinâmica do Sucesso das organizações**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005. Acesso em: 27 de mar. 2019
- DINIZ, Salatiel Soares. **Ética e responsabilidade social**. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/administracao/etica-e-responsabilidade-social/18351>. Acesso em: 27 de mar. 2019
- CORTELA, Mário Sérgio. Entrevista em 2010. Disponível em: <https://youtu.be/2gVCs2fIILo>. Acesso em: 3 de abr. 2019.
- FERREIRA, F. S.; PUCCI, E. P.; LOPES, D. M.; ALBONET, E. F.. **Ética empresarial: um instrumento de alavancagem nos resultados das organizações**, 2004. Disponível em: http://www.ead.fea.usp.br/Semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/Socioambiental/SA13_Etica_Empresarial.PDF . Acesso em: 6 julh. 2018.
- GERMANO, A.P.C. **O mau comportamento e a má ética: Aspectos da filosofia da conduta nas organizações**. (Dissertação apresentada como parte dos requisitos para obtenção de grau de mestre no MPA - Mestrado Profissionalizante em Administração). São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2003. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/5822>. Acesso em: 27 mar 2019.
- GIOVEDE, Leonardo Costa. **Ética e responsabilidade social nas organizações**. Disponível em: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/educacao/etica-responsabilidade-social-nas-organizacoes.htm> Acesso em: 18 de jun. 2019.
- PARRA, M. S. ISO 26000: **Da ética à responsabilidade social**. Cadernos de Economia, abril de 2013. Disponível em: <http://www.apee.pt/apee/artigos-publicados/138-iso-26000-da-etica-a-responsabilidade-social-cadernos-de-economia-abril-de-2013>. Acesso em: 6 de julho 2019.
- PASSADOR, C. S. **A responsabilidade social no Brasil: Uma questão em andamento**. VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Lisboa, Portugal. 2002. Disponível em: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/clad/clad0044201.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2019.

PEREIRA DOS SANTOS, A. P.; ZORZETTE LISBOA B.D.; LEONARDO, S. E. **Ética e responsabilidade social nas empresas: Um estudo bibliográfico.** Disponível em: http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170606113637.pdf. Acesso em: 6 de julh. 2019.

PONTE FILHO, J. O.; LEONARDO, P. F.; **Ética e responsabilidade social nas organizações**, p.1 2015. Disponível em: <https://www.webartigos.com/artigos/etica-e-responsabilidade-social-nas-organizacoes/133011> Acesso em: 18 de jun. 2019.

RICO, E. M. **A responsabilidade social empresarial e o Estado: uma aliança para o desenvolvimento sustentável.** Revista São Paulo em Perspectiva, vol. 18, nº 4, São Paulo, out./dez, 2004. Acesso em: 6 julho. 2019.