

# CONSCIÊNCIA ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES NA ECONOMIA GLOBALIZADA

Odacir Miguel Tagliapietra<sup>1</sup>  
Maria de Fátima P. Santana<sup>2</sup>  
Elisabeth DeParis<sup>3</sup>

**RESUMO:** No período mercantilista o acúmulo de riquezas provenientes do extrativismo de recursos minerais e vegetais era sinônimo de desenvolvimento e poder. Com isso, houve uma busca desenfreada na conquista de novas colônias, sem nenhuma preocupação com os possíveis danos ao meio ambiente. Com o desenvolvimento industrial, houve o surgimento de grande quantidade de fábricas, conseqüentemente poluentes são lançados na atmosfera, sem nenhum controle, tendo em vista a preservação da qualidade de vida das pessoas e muito menos com o meio ambiente. Não havia uma consciência ética e responsável com a sociedade, o interesse era restrito a maximização do lucro sem compromisso com os demais agentes envolvidos. Esse interesse estritamente voltado para o lucro trouxe enormes prejuízos para o meio ambiente. No entanto, com o crescimento populacional e o agravamento dos problemas ambientais, a sociedade, a partir de organizações e movimentos de defesa do meio ambiente, passou a exigir das organizações uma postura ética e responsável com a sociedade. A responsabilidade deve envolver todos os Stakeholders, ou seja, as pessoas e todos os agentes envolvidos em um empreendimento devem ser tratadas de maneira ética para que valores morais e sociais sejam preservados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ética, Moral, Responsabilidade.

---

<sup>1</sup> Docente do Curso de Administração da Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE/*Campus* de Cascavel. tagliapietra@unioeste.br

<sup>2</sup> Acadêmica do curso de administração da Universidade Paranaense – UNIPAR/*Campus* Toledo.

<sup>3</sup> Acadêmica do curso de administração da Universidade Paranaense – UNIPAR/*Campus* Toledo.

## **1 INTRODUÇÃO**

No contexto atual, as organizações não são somente avaliadas unicamente pelo seu produto ou serviço, mas também pela sua postura ética e responsável diante dos funcionários e demais pessoas que interagem com ela e a sociedade em geral.

Os grandes problemas ocasionados pelo uso indiscriminado dos recursos naturais, sensibilizaram as pessoas, meio de comunicação e organizações não-governamentais, para o agravamento desses problemas, colocando em perigo as futuras gerações.

A sociedade está exigindo das empresas e seus negócios uma nova postura, ou seja, nas estratégias para o alcance dos objetivos organizacionais, devem constar princípios éticos que sejam de acordo com a moral da sociedade. Como um conjunto de regras, a ética é um rol dos conceitos aplicáveis as ações humanas que fazem delas atitudes compatíveis com a concepção geral do bem e da moral. Com isso, cabe aos administradores compatibilizar suas ações com os valores morais e, zelar pela qualidade de vida de seus funcionários e da comunidade onde a empresa se encontra inserida.

A empresa moderna atua em cenários cada vez mais complexos, praticando operações inovadoras, mesmo quando repetem atividades antigas. A ética tem a missão de padronizar e formalizar o entendimento da organização empresarial em seus diversos relacionamentos e operações, assim como, evitar julgamentos contra seus princípios.

Portanto, neste novo cenário as organizações devem estar atentas para as percepções das pessoas em relação às atitudes de todos os que fazem parte da organização pois, as avaliações dos produtos e serviços da organização são ampliadas do simples valor em termos de utilidade do produto ou serviço para uma avaliação detalhada de como a empresa trata seus funcionários, a comunidade e o meio ambiente. Portanto a decisão de compra está condicionada as atitudes éticas e responsáveis da organização com a sociedade em geral.

## **2 A ÉTICA E MORAL EMPRESARIAL**

A empresa precisa de liberdade de ação, pois do contrário fica privada de toda iniciativa, e com isso, de todo o progresso econômico. A empresa também deve

cooperar e manter-se solidária com as pessoas. Isto é, além do próprio interesse, ela deve buscar também o bem comum. O mundo dos negócios reconhece que sua responsabilidade não envolve unicamente os eventuais resultados financeiros da empresa. Muitas empresas individuais, mas também institucionais e conservadoras, apontam para a ligação entre as atividades empresariais e a sociedade, bem como para a necessidade de considerar as responsabilidades econômicas, sociais e ecológicas (LEISINGER, 2001).

Existe hoje um consenso de que todos os agentes sociais, inclusive as empresas, tem o dever de prestar contribuição, na medida do possível, para que cada um alcance um desenvolvimento duradouro. Para isso, as condições econômicas, sociais e ecológicas, não devem ser vistas isoladamente, e muito menos ser lançadas umas contra às outras. A ética empresarial e as exigências derivadas delas mesmas, não põem em risco a tarefa econômica fundamental das empresas. Elas são o elemento adicional que serve para estabelecer o critério de moralidade para o desempenho desta tarefa, por um lado, os critérios influenciam no processo de formação das metas empresariais e no estabelecimento das prioridades, por outro, a maneira de alcançar as metas estabelecidas está sujeita a análise qualitativa através dos questionamentos éticos. A ética é um estudo das avaliações do ser humano em relação a sua conduta ou a dos outros, também são avaliações feitas sob a ótica do bem e do mal, de acordo com um critério que geralmente é ditado pela moral. O comportamento ético por parte da empresa é esperado e exigido pela sociedade, é a única forma de obtenção de lucro com respaldo da moral, esta impõe que a empresa aja com ética em todos os seus relacionamentos, especialmente com clientes, fornecedores, competidores, empregados, governo e o público em geral.

KANT, citado por MOREIRA (1999), propõe que o conceito ético seja extraído do fato de que cada um tem de se comportar de acordo com os princípios universais. Porque qualquer conduta aceita como padrões éticos deve valer para todos os que se encontram na mesma situação, sem exceções.

Segundo SROUR (1998), uma vez que as empresas competitivas não operam num horizonte de curto prazo, a ganância ou a sedução por vantagem imediatista pode ser fatal. No mundo atual, os negócios não se assemelham mais aos empreendimentos corsários da época mercantilista. As empresas podem agir de forma oportunista em

ambiente competitivo, só que dificilmente fazem trapaça sem apanágio, porque não seria racional matar a galinha dos ovos de ouro. Cada vez mais as decisões empresariais ficam submetidas ao crivo de uma cidadania disposta a retaliar as empresas que abusam da confiança e da credulidade de suas contratantes.

Uma empresa ética incorre em custos menores do que uma antiética, esta não faz pagamentos irregulares ou imorais como, suborno e compensações. Ao estabelecer como regra, a prática de uma conduta ética, a empresa coloca-se em posição de exigir o mesmo de seus empregados e administradores, desse modo, podem cobrar-lhe maior lealdade e dedicação. O ato de emprestar seu trabalho a uma organização que age com ética constitui-se para o funcionário uma compensação de valor incalculável. Os procedimentos éticos facilitam e solidificam os laços de parceria empresarial, quer com os clientes, quer com os fornecedores, isso ocorre em função do respeito que um agente ético gera em seus parceiros. (MOREIRA, 1999).

De acordo com FERREL (2001), no mundo dos negócios, o que não falta são conflitos éticos. As atividades de uma empresa, para atingir seus objetivos nos negócios, podem colidir com o esforço de seus empregados para que alcancem seus próprios objetivos pessoais. As características do trabalho ou da função, da cultura da organização e da sociedade em que ela atua, podem criar problemas. Uma vez que eles sejam identificados, qualquer que seja o seu tipo, indivíduo e organização, tem que decidir como resolvê-los. Muitas dessas questões são solucionadas por meio de ações judiciais coletivas. O conhecimento das questões éticas frequentes no mundo dos negócios, ajuda a identificá-los e resolvê-los quando necessário.

CALDWELL, citado por NASH (2001), destaca que, muita gente pensa que, se você é uma pessoa de negócios, deve automaticamente ser gananciosa e desonesta. Embora muitos administradores estejam comprometidos com altos padrões éticos, alguns não estão convencidos que a ética possa reconciliar-se com a economia, e encaram a moralidade como uma questão exclusiva de caráter pessoal. A questão da ética nos próximos anos será com certeza, a busca por um conjunto de premissas gerenciais que possam estimular a integridade pessoal e a resposta aos outros no mercado. Para ser bem sucedida, essa busca não pode permanecer isolada, embora muitos expressem a necessidade de padrões morais fortes, tem havido pouca harmonização entre administração e moralidade.

De acordo com NASH (2001), depois dos muitos desastres de ganância e desonra que marcaram o desempenho das empresas nos últimos anos, é fácil constatar que o clima ético nas empresas precisa melhorar, e é difícil saber o que exatamente provocará essa melhoria. Alguns problemas são mais facilmente tratáveis que outros, por exemplo, uma estratégia de qualidade é muito útil para questões de honestidade, exploração da ignorância e danos potenciais.

### **3 RELAÇÃO ÉTICA E MORAL COM A SOCIEDADE**

A ética para com a sociedade determina que a empresa, abstenha-se de influenciar a mudança das formas de estados, de governo, de aquisição ou perda pelos governantes ou qualquer outro assunto que envolva a autodeterminação de um povo. Essa ética também engloba o meio ambiente, tanto o natural, como o artificial e o cultural. Toda empresa tem alguns princípios éticos, como: Respeitar e cuidar da comunidade dos seres vivos; melhorar a qualidade da vida humana; conservar a vitalidade e a diversidade do planeta e seus deveres (MOREIRA, 1999).

De acordo com o mesmo autor, os deveres de uma organização com o meio ambiente são os seguintes: investir para erros passado e livrar o meio ambiente de contaminações e agressões sofridas em decorrência da atividade humana; fazer com que os investimentos levem em consideração a preservação ambiental; abster-se de provocar poluição pelo manuseio de substâncias perigosas e proteger a sociedade contra danos nucleares, na extensão de sua própria atividade.

É com base nessa perspectiva que as empresas são avaliadas, e as prioridades dos diversos deveres podem variar com o tempo e de acordo com as condições econômicas, sociais e ecológicas predominantes em cada época. Assim, ao longo dos anos, os interesses ambientais e sociais ganharam importância aos olhos da sociedade. Desde então, aumentou o interesse pela ecologia da ação empresarial nos países em desenvolvimento. Também adquiriram importância os grupos de interesses especiais e a responsabilidade social.

#### 4 EMPRESA RESPONSÁVEL COM A SOCIEDADE

A idéia de que, como pessoas jurídicas, as empresas possuem direitos e deveres morais como anteriormente só eram atribuídas as pessoas físicas, ganhou crescente consenso nos últimos anos. Dentro da ordem jurídica e da competência, as empresas pleiteiam para si direitos e deveres econômicos, sociais e ecológicos. Os números desses deveres são os seguintes: empenhar-se e engajar-se a curto e longo prazo pelo bem da empresa; cuidar com responsabilidade da segurança e previdência dos colaboradores; levar em conta da maneira mais ampla possível os interesses do meio ambiente; levar em conta da maneira mais ampla possível os desejos dos consumidores; produzir e oferecer a preços razoáveis produtos e serviços que sejam úteis, seguros, saudáveis e, sob o aspecto qualitativo, os melhores possíveis; criar ou pelo menos manter vagas de trabalho; engajar-se em favor do contexto social, apoiar as comunidades e assumir responsabilidade social cada vez maior (LEISINGER, 2001).

De acordo com FERREL (2001), a responsabilidade social consiste na obrigação da empresa de maximizar seu impacto positivo sobre os clientes, proprietário, empregados, comunidades, fornecedores e governo. Existem quatro tipos de responsabilidade social: a legal, a ética, a econômica e a filantrópica. A dimensão legal implica cumprir as leis e regulamentos promulgados e baixados pelo governo para estabelecer padrões mínimos de comportamento responsável, ou seja, ensinar a sociedade o que é certo e errado.

Conforme o mesmo autor, a dimensão econômica, refere-se a maneira como os recursos para a produção de bens e serviços são distribuídos no sistema social, e como as empresas se relacionam com a concorrência, os acionistas, os consumidores, os empregados, as comunidades e o ambiente. A filantropia da responsabilidade social diz respeito às contribuições das empresas a sociedade, que espera que elas contribuam para a sua qualidade de vida e bem-estar, ou seja, que proporcionem um alto padrão de vida e protejam seus membros.

Nos primórdios da literatura sobre responsabilidade social, *Bowen* definiu a responsabilidade social como a obrigação do homem de negócios de adotar orientações, tomar decisões e seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os fins e valores da

sociedade. Numa visão expandida, responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade. A responsabilidade social é resultado do questionamento e das críticas que as empresas receberam, nas últimas décadas, no campo social, ético e econômico por adotarem uma política baseada estritamente na economia de mercado (ASHLEY, 2002).

De acordo com o mesmo autor, contemporaneamente a responsabilidade social assume outras características, englobando o público interno e externo, além do investimento na preservação ambiental, mas não necessariamente privilegiando uma categoria especial. Há pelo menos sete vetores: apoio e desenvolvimento a comunidade; preservação do meio ambiente; investimento no bem-estar dos funcionários e dependentes e em um ambiente de trabalho agradável; comunicações transparentes; retorno aos acionistas; sinergia com os parceiros e satisfação de clientes e consumidores.

Independente do porte da empresa, nota-se que a responsabilidade social é cada vez mais considerada uma das principais estratégias para o crescimento do negócio, bem como para manter vantagem competitiva dos produtos e serviços. Os consumidores de hoje são altamente exigentes, não buscam somente produtos de qualidade, mas também procuram se identificar com a empresa. Com isso, ele faz avaliações buscando identificar o grau de comprometimento da empresa com a sociedade, com a preservação da saúde das pessoas, como por exemplo, produtos com prazos de validade adequados, avaliam onde a empresa coloca seus resíduos entre outros fatores. O que antigamente era um custo elevado para organização, hoje investir na responsabilidade social é fator de vantagem competitiva.

Os meio de comunicação e as organizações não governamentais, tem contribuído para a conscientização das organizações para tomar medidas corretivas diante de problemas relacionados a responsabilidade social.

As empresas não são simples agregados de indivíduos, como as multidões, já que se estruturam como sistemas de tomada de decisões, de responsabilidades, compromissos, relacionamentos e objetivos, revestindo-se assim de características pessoais. Nesse sentido, podem ser consideradas agentes morais e avaliadas do ponto de vista ético. A noção de responsabilidade social, nas últimas décadas ampliou-se, enfatizando os valores dos *stakeholders*, que incluíram todo o grupo ou indivíduo que

podem afetar ou são afetados pelas ações, decisões, práticas e objetivo da organização. Portanto, os *Stakeholders*, seriam todos aqueles que tivessem algum tipo de *Stake* (risco, participação ou interesse). Por isso, as empresas teriam responsabilidade social para com as comunidades e nações em que estão inseridas, com o meio ambiente, com seus clientes, com seus distribuidores, seus fornecedores, seus empregados e até mesmo com seu concorrente (MATTAR NETO, 2004).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O comportamento ético depende das avaliações, feitas de acordo com os princípios morais de cada sociedade. Como as diferenças sociais, culturais e individuais dependem de cada grupo, localizado em regiões distintas, cabe aos empreendedores identificar os costumes e os valores das pessoas e comunidades antes de qualquer iniciativa. Também, aquelas empresas que se encontram instaladas, e durante vários anos não tem se preocupado com as questões da ética e da responsabilidade social, devem tomar medidas corretivas para reverter os problemas gerados a comunidade e as pessoas. Cada vez mais alguns princípios éticos, que não são respeitados pelas organizações, são transformados em leis com severas punições aos contraventores.

Mais de que uma obrigação meramente restritiva, decorrente da aplicação da lei, a preocupação dos administradores, com a ética é a responsabilidade social, se encontram em nível estratégico, ou seja, uma imagem positiva da organização no mercado é importante fator de vantagem competitiva. Cada vez mais as questões relacionadas ao comportamento responsável das organizações, são avaliadas pelos consumidores antes da aquisição de um produto ou serviço.

Neste sentido, investir no bem estar do funcionário e da comunidade, não deve ser visto meramente como um custo adicional, mas sim como uma ação voluntária da empresa em participar no desenvolvimento social de uma comunidade, numa visão mais abrangente, contribuir para sanar alguns problemas sociais e ambientais, muitos deles ocasionado pela própria empresa.

## REFERÊNCIAS

- ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nas organizações**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- FERRER, O. C. **Ética empresarial: dilema, tomada de decisão e casos**. Rio de Janeiro: Reichman e Affonso, 2001.
- LEISNGER, K. M. **Ética empresarial: responsabilidade global e gerenciamento moderno**. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- MATTAR NETO, J. A. A **Filosofia e ética na administração**. São Paulo: Saraiva, 2004.
- MOREIRA, J. M. A. **Ética empresarial no Brasil**. São Paulo: Pioneira, 1999.
- NASH, L. L. **Ética nas empresas: guia prático para soluções de problemas éticos nas empresas**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- SROUR, R. H. **Cultura e ética nas organizações**. 8<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.