

A ÉTICA E SUA RELAÇÃO COM AS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

Daiane Cristine Toillier Bieger¹

Ednilse Maria Willers²

RESUMO: O objetivo deste artigo foi o de abordar como a ética é percebida e discutida dentro de determinadas instituições financeiras. Através de uma revisão bibliográfica sobre os significados e a abrangência da ética empresarial no contexto destas organizações, o método utilizado para a realização desta pesquisa foi a coleta de dados secundários, formando-se assim uma base para outras pesquisas sobre as questões éticas nas empresas, em especial em instituições financeiras. Os resultados obtidos apontam para a resistência das instituições financeiras em discutir sobre o assunto, tido como fundamental para a sobrevivência destas no mercado de trabalho contemporâneo.

PALAVRAS-CHAVE: Ética, Ética Empresarial, Instituições Financeiras, Código de Ética.

ABSTRACT: The objective of this article was to approach as the ethics are perceived and argued inside of determined financial institutions. Through a bibliographical revision on the meanings and the range of the enterprise ethics in the context of these organizations, the method used for the accomplishment of this research was the collection of secondary data, forming thus a base for other research on the ethical questions in the companies, in special in financial institutions. The gotten results point with respect to the resistance of the financial institutions in arguing on the subject, had as basic for the survival of these in the work market contemporary.

KEY WORDS: Ethics, Bussiness Ethics, Financial Institutions, Codes of Ethics.

1 INTRODUÇÃO

A globalização econômica e informacional e a abertura dos mercados vêm aumentando a cada dia a pressão sobre as empresas por possibilitarem um maior e mais intenso fluxo de informações, fazendo com que as mesmas tenham que se adaptar a novas realidades diariamente, para não sofrerem sanções que as prejudiquem posteriormente.

As empresas do setor financeiro, em especial, sofrem maior cobrança neste sentido, e por trabalharem com a questão monetária, precisam mostrar que suas

¹ Aluna da Pós Graduação Lato Sensu em Assessoria Executiva da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, campus de Toledo. Graduada em Administração de Empresas pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, campus de Marechal Cândido Rondon. E-mail: daianectb@yahoo.com.br.

² Secretária Executiva, Mestre em Desenvolvimento Regional e Agronegócio pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, campus de Toledo. Professora Assistente do Curso de Secretariado Executivo Bilingüe da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE/ Toledo – PR. Membro do Grupo de Pesquisa em Secretariado Executivo (GEPSEB). E-mail: ednilse@unioeste.br.

atividades levam em conta aspectos morais e éticos, apresentando a sociedade resultados com a maior transparência possível. Assim, objetiva-se com este artigo verificar como a ética é abordada dentro de determinadas instituições financeiras do país.

Em função destas empresas trabalharem com atividades que envolvem quantias monetárias, as mesmas sofrem uma maior exigência no que diz respeito à atitude das pessoas, principalmente na sua moralidade. Como a corrupção, escândalos, nepotismo, subornos e fraudes estão cada vez mais perceptíveis no nosso dia-a-dia, aumentam a exposição dos problemas de cunho moral e ético, vindo estes de todos os lados.

Neste sentido, o artigo propõe-se a identificar como a ética, em termos teóricos, é percebida em determinadas instituições financeiras³. Estas instituições foram escolhidas pelo fato de possuírem seus códigos de ética disponíveis ao público em geral, através da internet, mostrando-se assim um fator limitante do trabalho.

2 MÉTODOS E MATERIAL

Tendo por objetivo abordar como a ética é percebida e discutida dentro de determinadas instituições financeiras, este artigo buscou verificar a importância da ética e da criação dos códigos de ética nas instituições financeiras e também analisar as diferenças entre alguns códigos de ética de bancos comerciais e de cooperativas de crédito do país, partindo-se de seus princípios fundamentais.

Para tanto, utilizou-se dados secundários, tendo por referência principal os artigos de Bondarik (2006) e Moreira (2002). A opção por estes autores deve-se ao fato dos mesmos já terem pesquisas e publicações sobre a ética nas organizações do setor financeiro.

Após a revisão bibliográfica sobre os conceitos da ética e sua relação com as finanças, buscou-se junto a algumas instituições financeiras, bancos comerciais e cooperativas de crédito, seus códigos de ética. Nesta busca constatou-se que poucos disponibilizam esta informação na internet.

³ As instituições financeiras utilizadas para o estudo de caso foram: Banco do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica Federal, Itaú, Sistema SICCOB, Unibanco e Unicred Norte do Paraná.

A escolha pela coleta de dados via internet se deu pela praticidade e agilidade de acesso às informações, contudo, esta opção mostrou-se ser um limitador da pesquisa, uma vez que foi possível acessar apenas os códigos de ética do Banco do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica Federal, Itaú e Unibanco, referindo-se aos bancos comerciais. E no tocante as cooperativas de crédito, encontrou-se o código de ética do Sistema Sicoob e da Unicred Norte do Paraná. Outro motivo que direcionou a pesquisa para a coleta de dados via internet se deve ao fato de que muitas instituições preferem omitir-se em relação a este assunto, não disponibilizando material para consulta ou pessoal para possíveis entrevistas ou aplicação de questionários. Os dados obtidos foram extraídos através da Web entre os meses de junho e agosto de 2009, obtendo-se êxito em 05 (cinco) bancos comerciais e 02 (duas) cooperativas de crédito do país. Após a coleta dos dados secundários, fez-se uma análise e comparação entre os dados encontrados, apresentando-se os resultados e permitindo a seqüência dos estudos sobre este assunto em pesquisas futuras

Um aspecto a ser considerado é que mesmo em função da quantidade de instituições financeiras existentes no país, cooperativas e bancos, na medida em que foram sendo analisados os códigos de ética encontrados, notou-se que grande parte dos princípios apresentados é semelhante, o que mostra que o número de códigos de ética pesquisados pode ser considerado representativo frente à realidade do país.

2.1 A ÉTICA E SUAS MANIFESTAÇÕES

Para que se possa compreender o porquê da crescente discussão sobre a ética nos negócios, é necessário fazer uma breve introdução sobre o conceito de ética.

A ética é definida por Sá (2005, p. 15) como:

A ciência da conduta humana perante o ser e seus semelhantes. Envolve, pois, os estudos de aprovação ou desaprovação da ação dos homens e a consideração de valor como equivalente de uma medição do que é real e voluntarioso [...].

Para Moreira (2002, p. 21), por ser parte da filosofia, a ética é conceituada como o “estudo das avaliações do ser humano em relação às suas condutas ou às dos outros. Essas avaliações são feitas sob a ótica do bem e do mal, de acordo com um critério que geralmente é ditado pela moral”.

Neste sentido, a ética é um conjunto de valores que devem nortear as relações das pessoas na sociedade e que refletirá nas empresas, pois as mesmas levarão seus hábitos e costumes para a organização em que trabalham, uma vez que “a ética está expressa nas normas sociais em geral; as leis neste contexto determinam o padrão ético mínimo esperado” (MOREIRA apud SANTOS, 1997, p. 05).

Desta forma, a ética aponta para a identificação da melhor forma de comportamento e de convívio social, qualificando o bem e o mal. Esta preocupação sugere o estabelecimento de padrões éticos que são um conjunto de valores que expressam as obrigações das pessoas na sociedade. Estes valores são os que os seres humanos possuem e que levam para as organizações, ou seja, é “em função dos valores das pessoas que as organizações estabelecem opções, decisões e considerações” (BONDARIK, 2006, p. 70).

Deste modo, percebe-se que a ética procura avaliar os costumes dos seres humanos, apontando se determinadas ações são válidas, diferenciando-as das que não são moralmente aceitas, pois a preocupação da ética é estabelecer os principais padrões comportamentais que conferem valor a existência humana em sociedade.

2.1.2 A ética empresarial e as instituições financeiras

Com as mudanças significativas pelas quais a economia mundial vem passando nas últimas três décadas, percebe-se que para uma empresa obter sucesso não basta apenas almejar lucros. É preciso que haja “coerência ética nas práticas e nas relações com o meio ambiente e com os seus diversos públicos” (RONCONI, 2004, p. 03). Isto mostra que as discussões em torno da ética empresarial passaram a fazer parte do planejamento estratégico da empresa, uma vez que “as empresas com preocupação ética são capazes de competir com sucesso e obter não apenas a satisfação pessoal de seus colaboradores, como também resultados econômicos compensadores” (TEIXEIRA, 1991, p. 5).

Verifica-se então que a ética passou a ter forte ligação com o mundo dos negócios. Para Nash (2001, p. 6), no contexto organizacional, a ética passa a ser:

O estudo da forma pela qual normas morais pessoais se aplicam às atividades e aos objetivos da empresa comercial. Não se trata de um padrão moral separado, mas do estudo de como o contexto dos negócios cria seus problemas próprios e exclusivos à pessoa moral que atua como um gerente deste sistema.

Percebe-se assim, que a inserção da ética no mundo dos negócios tem por finalidade acompanhar o uso das normas morais de cada indivíduo e de como o ambiente empresarial afeta os valores destes agentes.

Entretanto, as empresas não agem eticamente somente para não sofrer penalidades legais, pois existe uma grande diferença entre legalidade e moralidade. Srour (apud Moreira, 1994, p. 07) diz que “as empresas agem eticamente porque as relações travadas entre as empresas e contrapartes são relações de força, relações de poder”. E mais adiante complementa que “agir eticamente deixa de ser uma escolha e passa então a ser imperativo estratégico para a sobrevivência”. Nota-se assim, que agir eticamente envolve muitos aspectos da empresa, desde o comportamento dos colaboradores, as atitudes com os clientes, a relação com fornecedores, entre outros, e que atitudes antiéticas poderão causar um impacto negativo em qualquer organização.

Uma organização é considerada ética, “quando estabelece equilíbrio aceitável entre seus interesses econômicos e os interesses dos demais afetados, conquistando o respeito dos seus *stakeholders*” (CHAVES, 2006, p. 41). Ou seja, o comportamento ético por parte da empresa é exigido e esperado pela sociedade, configurando-se na única maneira de obter lucros com respaldo moral. Contudo, este processo impõe que a empresa haja com ética em todos os seus relacionamentos.

Desta forma, quando se remetem às empresas, os princípios éticos são exaltados para que haja credibilidade das mesmas junto à sociedade. Em se tratando das instituições financeiras, que é o objeto de estudo deste artigo, os princípios éticos devem receber uma atenção redobrada, pois a preocupação com a má conduta ética no mundo financeiro é uma constante na sociedade.

⁴ Stakeholders: termo utilizado para se referir a qualquer pessoa ou entidade que afeta ou é afetada pelas atividades de uma empresa (Extraído de <http://pt.wikipedia.org/wiki/Stakeholder>, acesso em 13 jun. 2009).

Para um banco, por exemplo, a imagem é um de seus ativos mais importantes. É através dela que se demonstra confiança, honestidade e integridade para os clientes, fazendo com que estes se sintam atraídos e seguros em realizar suas movimentações financeiras. Neste contexto, uma atitude duvidosa quanto a aspectos éticos pode destruir a imagem de qualquer corporação.

Para Caccese (apud Moreira, 1997), há algumas razões para o crescente interesse pela ética na área de finanças, quais sejam: a) o aumento da pressão dos consumidores; b) a exigência para melhorar a produtividade e o serviço aos clientes; c) a competitividade como uma estratégia de marketing; d) as mudanças nos valores da sociedade, onde as pessoas passam a ser mais importantes que o lucro; e) o temor do dano monetário e na reputação da organização por procedimentos não éticos.

Neste contexto, as instituições financeiras discursam cada vez mais sobre valores éticos que norteiam suas ações. Isto pode ser percebido quando se consulta os *sites* destas instituições. Logo em suas páginas iniciais, aparecem discursos baseados na transparência, honestidade e prudência, enfatizando a responsabilidade social.

No entanto, as empresas precisam perceber que as ações éticas devem estar incluídas na sua cultura. “As pessoas têm de entender que ela pode e deve ser aplicada no mundo dos negócios. Com a ética, a empresa ganha credibilidade dos parceiros comerciais e funcionários, mantém uma clientela fidelizada e conquista muito mais clientes” (BRIZ, 2007, p. 14). Ainda para este autor, quando uma instituição financeira assume uma postura ética perante todos seus stakeholders, alia-se às empresas de ponta, que cada vez mais explicitam seus compromissos éticos com a sociedade e não se restringem à mera produção de bens ou serviços, com o objetivo apenas de maximizar seus lucros.

Percebe-se que uma instituição que torna públicos seus princípios éticos visa além do lucro. Visa o atendimento das necessidades da comunidade em que está inserida, fornecendo serviços que possuam além da qualidade que o cliente deseja, a transparência almejada.

Os lucros não são, em si, o fim ou o objetivo da atividade empresarial: os lucros são distribuídos e reinvestidos. Os lucros são um meio para montar o negócio e recompensar os empregados, os

executivos e os investidores (SALOMON apud BONDARIK, 2002, p. 03).

Uma das maneiras de se obter lucro dentro dos parâmetros éticos exigidos é a implantação dos códigos de ética.

2.1.3 Os códigos de ética

Com base no referencial abordado no item anterior, percebe-se ser cada vez mais importante que as empresas divulguem seus valores morais e seu compromisso ético com os seus diversos públicos. Uma das formas encontradas para manter esta comunicação é através da formalização de Códigos de Ética.

Estes códigos são a expressão formal dos valores da conduta empresarial, ou seja, nele são apresentados os compromissos éticos da empresa diante dos seus stakeholders.

Para Ronconi (2004), o Código de Ética se constitui na compilação de temas que tratam de regular os deveres de todos aqueles que estão subordinados a uma empresa, com relação aos superiores hierárquicos, entre os funcionários, deveres com relação aos clientes ou aos concorrentes da empresa em que trabalham.

Assim, um Código de Ética é como um regulamento, no qual constam as regras do que pode ou não ser feito em determinada empresa do ponto de vista ético comportamental, ou seja, os códigos de ética “exprimem os princípios que norteiam a atividade da organização e suas expectativas com relação ao comportamento de seus funcionários e a qualidade das relações estabelecidas com as partes interessadas” (DAINEZE, 2002, p. 17).

Neste contexto, o processo de elaboração de um Código de Ética precisa envolver todos os colaboradores da empresa, para que possa, efetivamente, fazer parte da estrutura da organização, ou seja, “na confecção de um código de ética a gestão participativa dos funcionários torna-se imprescindível. É uma responsabilidade compartilhada, pois tudo que se mostra como imposição geralmente não possui aceitação” (RONCONI, 2004, p. 03).

Isto posto, o Código de Ética serve como um marco de referência comportamental para os funcionários das organizações. No tocante as instituições financeiras, nos quais o serviço prestado é a gestão do dinheiro alheio e, em muitos

casos, trabalha-se com um volume expressivo de dinheiro, os códigos de ética instrumentalizam os funcionários para que estes estejam preparados e bem orientados sobre quais atitudes morais tomar sem causar danos à empresa e, principalmente, aos clientes.

2.2 INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS: DIFERENÇAS ENTRE BANCOS COMERCIAIS E COOPERATIVAS DE CRÉDITO

De acordo com a Federação Brasileira de Bancos - FEBRABAN (2009), existem 164 (cento e sessenta e quatro) instituições financeiras no mercado brasileiro, das quais 75% são filiadas a esta federação⁵. O objetivo da FEBRABAN é fortalecer o Sistema Financeiro Nacional com a congregação de todas as instituições financeiras do país, criando assim um sistema financeiro saudável, ético e eficiente.

As instituições financeiras brasileiras oferecem vários tipos de serviços e/ou produtos. Porém, cada uma delas tem seus próprios princípios norteadores, que devem ser seguidos por todos os colaboradores que nela trabalham. Estes princípios são a base da organização e estão definidos na sua missão, mostrando a direção que seus dirigentes devem seguir para alcançar seus objetivos.

Apesar de estas organizações apresentarem nomenclaturas das mais variadas, seu objetivo final é o mesmo: “realizar as atividades de intermediação financeira, visando minimizar os riscos e a incerteza, proporcionando cada vez mais segurança e agilidade⁶”. No Brasil, em termos gerais, são os bancos comerciais e as cooperativas de crédito que compõem o Sistema Financeiro.

É importante ressaltar a diferença entre os bancos e as cooperativas, para justificar a quantidade de cada um destes no país. Quanto às cooperativas, as mesmas formam um sistema, e juntas são atendidas por um banco somente, criado especificamente para realizar as atividades financeiras de todas as cooperativas que integram este sistema. Isto justifica a quantidade de cooperativas existentes no país em 2008 (1.113, segundo a OCB), em relação aos bancos (164 instituições), pois várias cooperativas são atendidas por um banco próprio, o que não ocorre com os bancos comerciais. Isto pode ser comprovado acessando as páginas das

⁵ Mais informações, acessar: < <http://www.febraban.org.br/bancos.asp> >. Acesso em 08 ago. 2009.

⁶ Mais informações, acessar: < [http://www.investeducar.com.br/Educacao/\(S\(e4hjcurbho2cj2a2pgmsmlh\)\)/Default.aspx?Page=instituicoesFinanceiras&AspxAutoDetectCookieSupport=1](http://www.investeducar.com.br/Educacao/(S(e4hjcurbho2cj2a2pgmsmlh))/Default.aspx?Page=instituicoesFinanceiras&AspxAutoDetectCookieSupport=1) >. Acesso em 16 ago. 2009.

cooperativas de crédito disponibilizadas na internet, onde constam as explicações do que são cooperativas e como é o funcionamento das mesmas e dos sistemas que estas compõem.

2.2.1 Princípios éticos que norteiam os bancos e as cooperativas de crédito

Todas as instituições financeiras devem seguir alguns princípios éticos para o bom andamento do sistema financeiro. Algumas destas normas constam no Código de Ética Bancário⁷, elaborado pela FEBRABAN. Contudo, as próprias instituições têm seus princípios, baseados principalmente na sua missão.

No quadro 1, são apresentados os principais princípios éticos que levam ao cumprimento da missão dos bancos comerciais e das cooperativas de crédito, de acordo com o Programa de Formação Cooperativa Crescer (2008, p. 11).

Quadro 1 – Princípios dos bancos comerciais e das cooperativas de crédito

Princípios dos bancos comerciais	Princípios das cooperativas de crédito⁸
Sociedade de capital.	Sociedade de pessoas.
O principal objetivo é a exploração de uma atividade econômica com fins lucrativos.	A sociedade é governada democraticamente, cada sócio dispondo de um voto.
O resultado é distribuído proporcionalmente ao capital investido.	Qualquer dinheiro a mais que for investido é remunerado por uma taxa de juros, mas não dá ao seu dono maior poder de decisão.
O capital é dividido em ações, significando que quanto maior o número de ações, maior o direito de participação.	Tudo o que sobra de receitas, deduzidas todas as despesas, será distribuído entre os sócios em proporção as suas operações e serviços.
Sua área de atuação é ilimitada, podendo ser nacional ou até mesmo internacional.	Área de atuação limitada às possibilidades de assembleias.
-	A sociedade irá promover a educação dos sócios nos princípios do cooperativismo.

Fonte: Resultado da pesquisa.

Através do quadro 1, percebe-se que, mesmo atuando em uma mesma área financeira, as cooperativas de crédito e os bancos comerciais diferem-se em seus princípios, pois têm em sua missão valores diferenciados. Pode-se citar como exemplo a preocupação constante dos bancos com os acionistas, pois em grande

⁷ Mais informações, acessar: < http://www.febraban.org.br/Arquivo/Quemsomos/cod_etica.pdf >. Acesso em 13 jun. 2009.

⁸ Mais informações, acessar: < <http://openbiblio.sicredi.net/docs/Artigos/Principios.pdf> >. Acesso em 07 jul. 2009.

parte dessas missões encontram-se frases que instigam a maximização da riqueza dos acionistas. Já na missão das cooperativas, o que se verifica é a preocupação em atender as necessidades dos associados, trazendo benefícios à comunidade em que atuam. Isto pode ser comprovado acessando-se as páginas dos bancos e cooperativas na internet, fazendo-se uma consulta sobre a missão de cada uma destas instituições.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Após a análise dos dados pesquisados, nota-se que a ética tem uma importância cada vez maior no mundo dos negócios, em virtude da mesma ter se tornado um diferencial competitivo para as organizações.

Em relação à importância da criação dos códigos de ética nas instituições financeiras, estes se tornaram indispensáveis, tanto que a FEBRABAN fomentou um Código de Ética padrão, que deve servir de base para as discussões no processo de implantação dos códigos de ética nas instituições financeiras brasileiras. Através dos resultados desta pesquisa, constatou-se que das instituições pesquisadas, as mesmas apresentam seu próprio código, com as devidas adaptações a suas realidades específicas.

O código de ética da FEBRABAN foi elaborado em 22 de janeiro de 1986. Nele são apresentados os preceitos éticos que as instituições financeiras filiadas a esta devem seguir. Apresenta também o compromisso que os bancos devem ter com os preceitos éticos e os princípios fundamentais que devem nortear as atividades do sistema bancário, apontando os deveres e as responsabilidades dos mesmos, e por fim, prevê as penalidades aos infratores. Assim, os bancos que optam por se filiar a esta federação devem seguir os valores éticos descritos neste código como sendo a declaração de princípios éticos nos quais fundamentam o exercício de sua atividade profissional.

Através do quadro 2, pode-se visualizar os princípios éticos adotados pela FEBRABAN, pelos bancos comerciais e pelas cooperativas de crédito pesquisados.

Quadro 2 – Princípios dos códigos de ética pesquisados

FEBRABAN	Banco do Brasil	Bradesco	Caixa Econômica Federal	Itaú	Unibanco	Sistema Sicoob	Unicred Norte do Paraná
Sigilo das informações	Sigilo e segurança das informações	Exatidão nas informações	*	Segurança no trabalho e preservação das informações	Sigilo e segurança das informações	Prudência e sigilo	Sigilo das informações e compromisso com a segurança
Transparência em suas atividades	Honestidade e transparência	Transparência e respeito à concorrência	Honestidade nos negócios e transparência	Transparência nas relações profissionais	Honestidade e transparência	Honestidade	Honestidade e transparência
Observância das normas legais	*	*	*	Respeito às leis	Respeito a leis e combate a fraudes	Respeito às leis	Cumprimento das leis
Respeito	Justiça e respeito	*	Justiça, respeito e valorização do ser humano	Respeito e confiança	Respeito e valorização do ser humano	*	Responsabilidade e respeito
*	Desenvolvimento profissional e qualidade de vida dos funcionários	Acredita no valor das pessoas	Excelência na qualidade dos serviços	*	Qualidade dos produtos/serviços	*	Qualidade dos serviços
Não haverá discriminação entre os bancos	Responsabilidade, confiança, idoneidade e integridade	Integridade, igualdade de direitos e relacionamentos construtivos	Cuidado com a imagem da empresa	Confiança, reputação do negócio e imparcialidade nos negócios	Integridade e igualdade de oportunidades	Competência, imparcialidade, integridade e cuidado com riscos	Integridade
Não ferir a imagem de concorrentes	Fortalecer a imagem da empresa e o patrimônio dos acionistas	Cliente como razão de existência da empresa	Atender as expectativas dos clientes	Relacionamento transparente com os acionistas	Gerar valor para garantir melhor retorno aos acionistas	Buscar soluções que atendam os interesses dos associados	Alcance dos resultados dos associados
Defesa do mercado em que atuam os bancos e liberdade de iniciativa	Consolidar os princípios da cidadania nas relações com a sociedade.	Política de relacionamento para fortalecer a cultura da organização e responsabilidade sócio-ambiental	Melhoria da qualidade de vida da sociedade	*	Responsabilidade e sócio-ambiental	Não usar cargos para favorecimento próprio e oferecer ou aceitar valores	*

Fonte: Resultado da pesquisa.

Analisando as informações do quadro 2, nota-se que os princípios que constam nos códigos de ética, tanto das cooperativas de crédito quanto dos bancos comerciais, são semelhantes entre si e com o Código de Ética da FEBRABAN. Quanto aos princípios da segurança das informações, que significa o sigilo de toda e qualquer movimentação nas instituições financeiras, nada podendo ser divulgado sem prévia autorização judicial, e da honestidade, estes aparecem em praticamente todas as instituições pesquisadas, compreendendo-se que para uma boa gestão do dinheiro alheio é preciso conquistar a confiança dos clientes/associados, apresentando-lhes transparência em todas as operações.

Percebe-se também que o respeito às leis ou normas legais aparecem em grande parte das instituições pesquisadas. Isto ocorre em virtude de evitarem-se sanções ou punições que possam vir a prejudicar a imagem da organização, gerando-lhe prejuízos ou resultados negativos.

Outro aspecto que pode ser verificado através dos princípios que são destacados nos códigos de ética das instituições financeiras pesquisadas leva em conta que ser ético não significa apenas não roubar a empresa. É preciso também observar a maneira como os clientes são tratados e qual é o estilo de gestão dos gerentes, observando-se as oportunidades disponibilizadas aos colaboradores. No quadro 2 pôde-se verificar que grande parte das instituições valoriza os seus colaboradores, preocupando-se com a qualidade de vida dos mesmos e com o seu crescimento profissional. Estas mesmas instituições também estão constantemente preocupadas em atender as expectativas de seus clientes/associados.

Verifica-se também através do quadro 2 que o princípio da qualidade dos serviços prestados pode ser alcançado através dos demais princípios das instituições, pois as mesmas estão preocupadas em oferecer excelência nos serviços prestados e bons resultados a seus clientes/associados.

Outro aspecto que merece ser destacado é o princípio da responsabilidade sócio-ambiental, que não consta nos princípios da FEBRABAN, cujo código de ética foi elaborado no ano de 1986, mas que na atual realidade em que as instituições financeiras se encontram, passa a ser importante, porque este passou a se tornar um diferencial que pode trazer bons resultados à organização, pois de acordo com Melo (2009), a empresa é sócio-ambientalmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores. Assim, percebe-se que a partir da

década de 1990, passou a ser discutido com maior ênfase este assunto, e que algumas instituições já o apresentam em seus princípios do código de ética, por ser este princípio uma vantagem competitiva para a organização, podendo fazer com a mesma atinja maiores níveis de sucesso⁹.

Pode-se apontar enfim que em três dos cinco bancos pesquisados, a busca pelo melhor resultado a ser apresentado aos acionistas é importante, pois para os bancos a maximização da riqueza dos acionistas é primordial. Já no tocante as duas cooperativas de crédito pesquisadas, verificam-se a preocupação voltada aos associados, que com uma gestão democrática, podem participar ativamente da cooperativa, buscando assim bons resultados, que reverterão para eles mesmos. Apresenta-se assim a principal diferença entre os códigos de ética dos bancos comerciais e das cooperativas de crédito: o foco no acionista e no associado, respectivamente.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Discutir sobre a ética e sua importância nas instituições financeiras hoje não é mais uma opção, e sim uma questão de sobrevivência, e pelo fato do comportamento ético levar à transparência na apresentação de resultados, ele está se tornando um benefício tangível, pois atitudes éticas trarão investidores e parceiros, fortalecendo a imagem da instituição (FIRJAN, 2008).

A ética nas empresas do setor financeiro levará a uma tomada de decisões com maior consciência e credibilidade, refletindo-se na prática de valores como honestidade, integridade, qualidade do produto/serviço, transparência, respeito ao consumidor e eficácia, revertendo-se em resultados positivos para a organização.

Compreende-se então que, apesar de se configurar num complicador afirmar que ações eticamente corretas tenham algum valor financeiro, os resultados das pesquisas de Bondarik (2006) e Moreira (2002) apontam que as atitudes éticas influenciam na escolha de uma instituição financeira em detrimento de outra. Assim, após a análise dos dados coletados, nota-se que a resistência em falar sobre a ética ainda está muito presente na cultura das empresas, pois grande parte das

⁹ Mais informações sobre quais atitudes que as instituições financeiras estão tomando em relação ao princípio da responsabilidade sócio-ambiental podem ser consultadas nas páginas dos bancos na internet, onde são apresentados vários projetos que atendem a este critério.

instituições financeiras não tem códigos de ética que expressam formalmente seus princípios éticos ou não os divulga, dificultando então pesquisas e trabalhos que poderiam vir auxiliar na qualidade do trabalho destas organizações.

Quanto ao comportamento dos colaboradores em relação à ética, os estudos de Bondarik (2006) e Moreira (2002) destacam que muitos já perceberam que não é mais suficiente apenas oferecer produtos e/ou serviços de boa qualidade. É preciso também ter credibilidade junto aos clientes e esta é bem mais ampla. Engloba vários outros aspectos, e ser uma empresa ética é um deles, se não o mais importante. Assim, é preciso agir com ética, respeitando determinadas regras e preceitos.

Porém, grande parte das empresas prefere omitir-se em relação a este assunto, pois temem os resultados que possam vir a aparecer depois de uma pesquisa sobre o clima ético, por exemplo. Este é um dos motivos do redirecionamento do objetivo inicial desta pesquisa, na qual se pretendia analisar o clima ético percebido pelos colaboradores de uma determinada instituição financeira. Entretanto, como Moreira (2002) já apresentou em seu trabalho, a ética na área das finanças ainda não tem recebido a devida atenção, mesmo sendo um assunto de extrema importância.

Enfim, entende-se que as instituições financeiras devem exercer suas atividades baseando-se em princípios éticos aceitáveis pela sociedade, e compreender que o não cumprimento destes pode levar a grandes prejuízos ou até mesmo a falência da organização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRIZ, Lamarck Edclau. **A ética na atividade bancária e os padrões de comportamento mais valorizados pelos funcionários do Banco do Brasil S.A.** Disponível em: < <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/14099> >. Acesso em 22 fev. 2009.

BONDARIK, Roberto. FRANCISCO, Antonio Carlos de. PILATTI, Luis Alberto. **Ética managerial: a ética nas organizações empresariais.** Disponível em: < <http://www.ppgep.pg.cefetpr.br/ppgep/Ebook/e-book2006/Artigos/67.pdf> >. Acesso em 20 mai. 2009.

CHAVES, Paulo Sérgio Viana. **Clima ético e economia de comunhão: estudo de caso.** Disponível em: < <ftp://bbs.quasarbbs.net/universi/tesi2/tesi06/060731PV.pdf> >. Acesso em 21 abr. 2009.

CÓDIGO DE CONDUTA ÉTICA DA ORGANIZAÇÃO BRADESCO. Disponível em: < http://www.bradescom.com.br/uploads/conteudo/1337/Codigo_de_Conduta_Etica_-_30.10.2008_-_port.pdf >. Acesso em 11 jun. 2009.

CÓDIGO DE ÉTICA BANCÁRIA: ESTATUTOS DO SISTEMA NACIONAL DE ÉTICA BANCÁRIA. Disponível em: < http://www.febraban.org.br/Arquivo/Quemsomos/cod_etica.pdf >. Acesso em 11 jun. 2009.

CÓDIGO DE ÉTICA CORPORATIVO ITAÚ. Disponível em: < <http://ww13.itau.com.br/portali/index.aspx?idioma=port&AspxAutoDetectCookieSupport=1> >. Acesso em 11 jun. 2009.

CÓDIGO DE ÉTICA DA CAIXA. Disponível em: < http://downloads.caixa.gov.br/_arquivos/caixa/ouvidoria/CODIGO__ETICA__CAIXA.pdf >. Acesso em 11 jun. 2009.

CÓDIGO DE ÉTICA DO BANCO DO BRASIL. Disponível em: < <http://www.bb.com.br/docs/sitesp/sustentabilidade/dwn/Etica.pdf> >. Acesso em 11 jun. 2009.

CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA PROFISSIONAL UNIBANCO. Disponível em: < <http://ww13.itau.com.br/portali/index.aspx?idioma=port> >. Acesso em 11 jun. 2009.

CÓDIGO DE ÉTICA E DE CONDUTA PROFISSIONAL – SISTEMA SICOOB. Disponível em: < http://www.crediger.coop.br/downloads/2009codigo_de_etica_crediger.pdf >. Acesso em 21 jul. 2009.

CÓDIGO DE ÉTICA UNICRED NORTE DO PARANÁ. Disponível em: < <http://www.unicred-parana.com.br/docs/CodigodeEtica.pdf> >. Acesso em 21 jul. 2009.

DAINEZE, Marina do Amaral. **Códigos de ética empresarial e as relações da organização com seus públicos**. Disponível em: < http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/C%C3%B3digos%20de%20%C3%89tica%20Empresarial%20e%20as%20Rela%C3%A7%C3%B5es%20da%20Organiza%C3%A7%C3%A3o%20com%20seus%20P%C3%ABlicos%20.pdf >. Acesso em 30 mai. 2009.

FEBRABAN. **Federação brasileira de bancos**. Disponível em: < <http://www.febraban.org.br> >. Acesso em 01 jun. 2009.

FERRELL, O.C. FRAEDRICH, John. FERRELL, Linda. **Ética Empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos**. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2001.

FIRJAN. **Ética nas empresas**. Disponível em: < http://www.redeace.org.br/article.php3?id_article=974 >. Acesso em 04 ago. 2009.

FUNDAÇÃO SICREDI. **Programa de formação cooperativa crescer.** Cooperativismo de crédito: contribuindo para o crescimento coletivo. Porto Alegre, 2008.

HOLZ, Viviane Ratzmann. **Análise teórico-empírica dos fatores que condicionam os êxitos e fracassos do cooperativismo no ambiente de economia de mercado.** Disponível em: < http://openbiblio.sicredi.net/docs/Monografias/Analise_teorico_empirica.pdf >. Acesso em 07 jul. 2009.

MELO, Pollyanna. **Entenda a importância da responsabilidade social a ambiental nas empresas.** Disponível em: < http://www.administradores.com.br/noticias/entenda_a_importancia_da_responsabilidade_social_e_ambiental_nas_empresas/21794/ >. Acesso em 05 set. 2009.

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

MOREIRA, Luís Fernando. **A respeito de ética e finanças.** Disponível em: < <http://www.rae.com.br/artigos/390.pdf> >. Acesso em 16 mar. 2009.

MOTA, Antonio Carlos. **O (re) pensar ético na sociedade contemporânea.** Disponível em: < <http://gestcorp.incubadora.fapesp.br/portal/monografias/pdf/6.pdf/> >. Acesso em 22 jun. 2009.

NASH, Laura L. **Ética nas empresas.** São Paulo: Makron Books, 2001.
PORT, Márcio. **A expressão do cooperativismo de crédito mundial e seus principais modelos.** Disponível em: < http://openbiblio.sicredi.net/docs/artigos/Coop_cred_Brasil_mundo.pdf >. Acesso em 07 jul. 2009.

RONCONI, Diego Richard. **Os códigos de ética e disciplina empresariais e seu impacto na dinâmica da sociedade e na cidadania empresarial.** Disponível em: < <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=5530> >. Acesso em 20 mai. 2009.

SÁ, Antonio Lopes de. **Ética profissional.** São Paulo: Atlas, 2005.

TEIXEIRA, Nelson Gomes. **A ética no mundo da empresa.** São Paulo: Pioneira, 1991.