

FACER- FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE
RUBIATABA

BEATRIZ DOURADO DE OLIVEIRA

**ÉTICA E RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL
NA VISÃO DAS EMPRESAS DE CONFECÇÃO EM
URUANA**

RUBIATABA-GO

2008

BEATRIZ DOURADO DE OLIVEIRA

**ÉTICA E RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL NA VISÃO DAS
EMPRESAS DE CONFECÇÃO EM URUANA**

Monografia apresentada à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba - FACER como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Administração sob a orientação do Professor Enoc Barros Silva.

Rubiataba – GO

2008

FOLHA DE APROVAÇÃO

BEATRIZ DOURADO DE OLIVEIRA

**ÉTICA E RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL NA VISÃO DAS
EMPRESAS DE CONFECÇÃO EM URUANA**

**COMISSÃO JULGADORA MONOGRÁFICA PARA OBTENÇÃO DO GRAU
DE GRADUADO PELA FACULDADE DE CIÊNCIAS EDUCAÇÃO DE
RUBIATABA**

Orientador _____

Profº Enoc Barros

Especialidade em Administração de Empresas

2 Examinador _____

Profº. MARCOS DE MORAIS SOUSA

Especialidade Docência Universitária – Mestre em Gestão de Agronegócios

3 Examinador _____

Profº. MARCO ANTÔNIO DE CARVALHO

Especialidade Mestre em Administração Rural

Rubiataba, 13 de Janeiro de 2009.

DEDICATÓRIA

Dedico este primeiramente a Deus, pois foi o possibilitador desta faculdade e desta monografia, aos meus pais, Sebastião de Souza, a minha mãe Valvete Olga, irmãos, Patrícia Dourado, André Dourado e Wenderson Dourado e meu sobrinho Guilherme Augusto, pois em todo momento estiveram orando e torcendo para que eu conquistasse mais essa vitória, aos meus professores que sempre deram o máximo de si para que nós pudéssemos obter cada vez mais conhecimento, e por último, mas não menos importante, aos colegas que fiz durante esses quatro anos, em especial, Maria Izonilda, Clementina Kárita e Sirlene Cristina, que lutaram e também venceram, a todos que junto comigo sofreram, sonharam e estão felizes com essa vitória, aqueles que consciente e inconscientemente estiveram comigo durante essa caminhada, a todos aqueles que estão dentro do meu coração.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por me dar essa oportunidade, essa vitória, e por me fazer acreditar que todos os meus sonhos são possíveis, a minha família por me apoiar e estimular a nunca desistir, especialmente aos meus professores que me deram todo conhecimento necessário para conclusão deste curso, ao meu orientador Enoc por tão bem ter desempenhado sua função e me ajudado na conclusão dessa monografia, aos responsáveis pelas empresas onde o estudo foi realizado por terem aberto as portas para o meu trabalho, aos meus amigos que ficaram felizes por essa vitória, a todos aqueles que de forma direta e indireta contribuíram para a conclusão deste trabalho e deste curso.

RESUMO

Ética e Responsabilidade Sócio-Ambiental na Visão das Empresas de Confecção em Uruana, um trabalho que tem como principal foco conhecer o grau de preocupação ou a participação no que diz respeito à ética, responsabilidade social e com o meio ambiente mostrada pelas empresas de confecções de roupas infantil, infanto-juvenil e adulto em Uruana. Hoje, a empresa que se mostra eticamente correta e socialmente responsável, tem sobre as outras empresas uma vantagem, pois a cada dia que passa a sociedade busca das empresas um comprometimento cada vez maior para com a sociedade. No decorrer deste, serão apresentados comentários teóricos acerca de ética e responsabilidade social, quem deve ser ético dentro das organizações e os benefícios de atitudes eticamente corretas e socialmente responsáveis, serão apresentados resultados de questionários sobre ética e responsabilidade social que foram realizados em empresas de confecções de roupas infantil, infanto-juvenil e adulto em Uruana, são elas “Gato Coral Confecções” e “Kontackto Confecções” e que mostram que ambas as empresas se mostram dentro dos padrões de ética e responsabilidade sócio-ambiental, porém, em alguns momentos as respostas se mostram contrária as idéias dos autores apresentados no referencial teórico e se contradizem, são pontos que precisam ser trabalhados dentro das respectivas empresas. Serão apresentados também seus respectivos históricos, bem como sugestões que podem contribuir para o crescimento ético e social das empresas citadas. O trabalho foi do tipo pesquisa diagnóstica, com pesquisas exploratórias, de caráter quantitativo, onde o instrumento de coleta de dados utilizado foi o questionário e os resultados foram apresentados em forma de gráficos.

Palavras-chave: Ética, Responsabilidade Sócio-Ambiental e Empresas.

ABSTRACT

Ethics and Partner-environmental Responsibility in the Vision of the Companies of Making in Uruana, a work that has as main focus to know the concern degree or the participation in what he/she concerns the ethics, social responsibility and with to environment shown by the infantile, infanto-juvenile companies of makings of clothes and adult in Uruana. Today, the company that is shown ethically correct and socially responsible, he/she has on the other companies an advantage, because every day that passes the society looks for of the companies a compromising every time larger to the society. In elapsing of this, theoretical comments will be presented concerning ethics and social responsibility, who it should be ethical inside of the organizations and the benefits of attitudes ethically correct and socially responsible, results of questionnaires will be presented about ethics and social responsibility that you/they were accomplished in infantile, infanto-juvenile companies of makings of clothes and adult in Uruana, they are them "Gato Coral Confections " and "Kontacktto Confections " and that you/they show that both companies are shown inside of the ethics patterns and partner-environmental responsibility, however, in some moments the answers are shown contrary the authors' ideas presented in the theoretical referencial and they are contradicted, they are points that need to be worked inside of the respective companies. They will also be presented their respective ones historical, as well as suggestions that can contribute to the ethical and social growth of the mentioned companies. The work was of the type researches diagnosis, with exploratory researches, of quantitative character, where the instrument of collection of data used was the questionnaire and the results were presented in form of graphs.

Word-key: Ethics, Partner-environmental Responsibility and Companies.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	08
2	PROBLEMÁTICA.....	09
3	OBJETIVOS	10
3.1	Objetivos Geral.....	10
3.2	Objetivos Específicos	10
4	JUSTIFICATIVA.....	11
5	REFERENCIAL TEÓRICO	13
5.1	Ética e Responsabilidade social.....	13
5.2	Quais são os benefícios de atitudes corretas	15
5.3	O que pode ocorrer quando as empresas praticam atos antiéticos ?.....	20
5.4	Quem deve ser ético e ter pensamentos responsáveis socialmente?.....	22
5.5	Porque ética e responsabilidade social hoje?.....	25
6	METODOLOGIA	29
6.1	Metodologia da pesquisa.....	29
6.2	Tipo de pesquisa	29
6.3	Estratégia da pesquisa	29
6.4	Instrumento de coleta de dados	30
6.5	Instrumento de análise de dados.....	30
6.6	Unidades de observação	30
7	RESULTADOS	31
8	CONCLUSÃO	54
9	SUGESTÕES	58
10	REFERÊNCIAS	59

1 INTRODUÇÃO

A presente monografia aborda os grandes problemas que nós estamos enfrentando e nossos antecedentes irão enfrentar no que diz respeito à ética e responsabilidade social.

O mundo evolui cada vez mais, a globalização, a crescente demanda desenvolve nas empresas a necessidade de produzir mais, porém quando essa produção de bens ou prestação de serviços não são feitas segundo as regras de ética e não respeitando as pessoas e os recursos naturais, teremos um resultado muito negativo na economia e na vida em geral.

A empresa que não se adaptar às novas idéias dos clientes que são respeito para com as pessoas e com a natureza, deixarão de ganhar, pois os clientes se preocupam cada vez mais com o futuro, exigindo que as empresas se moldem a essa nova visão, caso ela não mude estará fora do mercado.

A empresa que se volta para as responsabilidades éticas e sociais contribui para com o mundo e para com si mesma, eleva sua imagem, ganha verdadeiros parceiros e tem grandes chances de crescer.

Com o desenvolvimento desse projeto serão expostos os projetos, as ações e a preocupação dos empresários do ramo de confecção de roupa infantil, infanto-juvenil e adulto de Uruana pelo tema.

2 PROBLEMÁTICA

O mundo vem se desenvolvendo cada vez mais, cada dia uma nova tecnologia é criada. Algumas empresas, nessa variedade de opções que elas tem para melhorar ou produzir sempre mais, vem se esquecendo da origem de sua existência que são as pessoas e a natureza.

Com a globalização no mundo, a demanda sempre aumentando, algumas empresas produzem, na maioria das vezes oferecem um bom serviço ou produto, porém elas não se preocupam em renovar os recursos que elas tem, e esse tipo de atitude está gerando grandes problemas para todos nós. Cada indústria que não tem uma forma de purificar a fumaça que elas jogam no ar, os carros que são fabricados apenas para a beleza e não se preocupam com o nosso ar, as queimadas que são feitas, por exemplo, diminui cada vez mais a nossa existência. Também temos a preocupação com o aquecimento global que é derivado dessas atitudes, que nos coloca cada vez mais em risco. Os agrotóxicos, o lixo e todo tipo de coisas que são jogadas nos rios matam os animais e coloca em risco a vida dos seres humanos. Cada vez que uma empresa deixa de pagar os seus impostos estão tirando muito das pessoas mais carentes, estão tirando o direito delas de terem uma melhor educação, saúde, alimentação, etc. (pois se o governo não tem verba ele não pode dar assistência aos que precisam), além disso, esse tipo de atitude é ilegal e dá cadeia.

O problema é este: será que as empresas estão cumprindo com o seu dever social? Será que estão preocupadas com o meio ambiente? E como essas empresas serão vista perante seus clientes se não se portarem de fora moralmente e socialmente corretas?

3 OBJETIVOS

3. 1 OBJETIVO GERAL:

- ❖ Conhecer o grau de preocupação ou a participação no que diz respeito à ética e responsabilidade social mostrada pelas empresas de confecções de roupas infantil, infanto-juvenil e adulto em Uruana.

3. 2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ❖ Conhecer a participação das empresas em projetos sociais;
- ❖ Verificar o que elas pensam sobre ética, responsabilidade social, a responsabilidades que tem as empresas e o governo.
- ❖ Conhecer o que fazem para contribuir para poluir menos o meio ambiente e o que acham do conceito de sustentabilidade;

4 JUSTIFICATIVA

Em muitas das palestras que foram ministradas na faculdade, uma delas eu nunca vou esquecer, ela dizia que tinha um homem procurando fazer uma fórmula para concertar o mundo, e o seu filho estava ali tentando conversar com o pai, estava o atrapalhando, então para deixar o seu filho um pouco ocupado, ele pegou o mapa do mundo e o recortou em vários pedaços e deu ao seu filho para que ele o montasse, pouco tempo depois, o menino levou ao pai o mapa montado, e o pai, sem entender, perguntou ao filho como ele tinha conseguido montar aquele mapa, e ele então respondeu: se eu fosse tentar consertar o mapa eu nunca conseguiria, mas no verso tinha uma imagem do homem, e o homem, eu conheço bem, e a conclusão, acho que natural a todas as pessoas, é que o mundo só mudaria se o homem mudasse as suas atitudes, se tornando mais íntegro, mais correto, se não se deixar corromper, se não se vender por dinheiro, se não pensar que o dinheiro compra tudo e vale tudo, e se este mesmo pensamento for aplicado na administração das empresas, onde o objetivo final também fosse obter lucro, mas que esse lucro se torne mais puro, que os administradores tenham consciência de que é bom ganhar dinheiro, porém de forma correta, que este dinheiro não sacrifique ninguém, nem a natureza, nem o coração das pessoas que estão na direção das empresas.

Quando a empresa não paga seus impostos, está privando algumas pessoas mais pobres da educação, de poder ter uma alimentação melhor e etc, quando desmata, ou polui o meio ambiente, está subsidiando sua própria decadência, pois já não é segredo pra ninguém que se não mudarmos nossas atitudes relacionadas ao meio ambiente, nós vamos perder o direito de viver daqui a um tempo. Temos também o caso do trabalho escravo e infantil, que é um abuso ao ser humano, se aproveitar da dificuldade das pessoas para ganhar mais dinheiro. O correto seria realmente dar um emprego à pessoa que precisa, mas um emprego onde ela ganhasse o que realmente merecia, e quanto às crianças, elas teriam que estar na escola, onde aprenderiam a não usar as pessoas, mas infelizmente elas crescem aprendendo isto e vão passar isso de geração para geração, e é uma coisa que não pode acontecer.

Infelizmente ainda não conseguimos tamanha conquista, mas como a história acima já diz, mudando o homem é que teremos um mundo melhor, não que a responsabilidade das coisas ruins do mundo esteja na mão dos administradores, mas é a classe para a qual eu decidi entrar e espero que essa se torna a mais correta de todas, que as notícias que veremos daqui a alguns anos sejam melhores das que vemos hoje.

Portanto, esse trabalho surgiu com a preocupação ao se ver os índices de pobreza, analfabetismo, drogas, etc., mas como já foi dito, não é só obrigação e responsabilidade das empresas resolver este problema, mas elas, como grandes geradoras de empregos e riquezas podem, se quiser, mudar um pouco este quadro. Mesmo porque, se continuar tudo como está, daqui a um tempo só restará caos e destruição na terra, pois no que diz respeito à natureza, as empresas são as maiores destruidoras, logo, já não é uma opção delas é uma obrigação.

5 REFERENCIAL TEÓRICO

5.1 Ética e Responsabilidade Social

Segundo Bittar:

Defini-se ética, neste passo, como sendo a capacidade de resistência que o indivíduo tem em face das externas pressões advindas do meio. Defini-se moral como o conjunto das sutis e, por vezes até mesmo não explícitas, manifestações de poder axiológico, capazes de constituir instâncias de sobredeterminação das esferas de decisão individual coletiva. (BITTAR, 2007, p. 18).

Nasch (1993, p. 6) citado por Passos (2007, p. 66) define ética nas organizações como “o estudo da forma pela qual normas morais pessoais se aplicam às atividades e aos objetivos de uma empresa comercial”.

Ética empresarial então é todo tipo de comportamento considerado correto e legal. Moral é todo tipo de comportamento que vem de dentro, independe de lei, é aquilo que a sociedade considera correto e espera do indivíduo.

Na opinião de Votaw apud Ashley et al. (2007, p. 7):

Responsabilidade social significa algo, mas nem sempre a mesma coisa para todos. Para alguns, ela representa a idéia de responsabilidade ou divulgação legal, para outros, significa um comportamento responsável no sentido ético; para outros, ainda, o significado transmitido é o de responsabilidade por, num modo causal. Muitos, simplesmente, equiparam-na pelo sentido de socialmente consciente .

Para uma empresa ser socialmente responsável, ela precisa demonstrar real interesse na vida da comunidade, precisa doar um pouco de si em prol da sociedade, e tem que se sentir bem com todas as atitudes tomadas para o benefício do meio. As empresas têm potencial para melhorar a vida de algumas pessoas, tem capacidade de ser empresas onde os colaboradores tem prazer em trabalhar e dizer que fazem parte dessa família, enfim, precisam fazer com que as pessoas sintam orgulho em falar e consumir os produtos dela.

Para Jaramilla e Angel apud Ashley et al. (2007, p. 7) “responsabilidade social pode ser também o compromisso que a empresa tem com o desenvolvimento, bem estar e melhoramento da qualidade de vida dos empregados, suas famílias e comunidade em geral”.

Bowem apud Ashley et al. (2007, p. 7) define responsabilidade social como “a obrigação do homem de negócio de adotar orientações, tomar decisões e seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os fins e valores da sociedade”.

Para Ashley et al., 2007:

Responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetam positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. (p. 6/7).

Em outras palavras, a responsabilidade social pode ser definida também como a capacidade dos administradores enxergarem a responsabilidade que eles têm em ajudar a minimizar os problemas do meio ambiente e da sociedade, e perceberem que o maior dos benefícios de se ter uma empresa não é apenas o lucro, mas também saber dividir um pouco desse lucro em prol de benefícios para a sociedade.

Na opinião de Bittar:

A moral é o conteúdo da especulação, pois se trata do conjunto de hábitos e prescrições de uma sociedade; é a partir de experiências conjunturais e contextuais que surgem os preceitos e máximas morais. A ética constitui-se nem saber especulativo acerca d morale que, portanto, parte desta mesma para se constituir e elaborar suas críticas. (BITTAR, 2007, p. 11).

Ainda Bittar:

Moral é o que se refere aos usos, costumes, hábitos e habitualidades. De uma certa forma, ambos os vocábulos se referem a duas idéias diferentes, mas relacionadas entre si: os costumes dizem respeito aos fatos vividos, ao que é sensível e registrado no acervo do grupo social como prática habitual. A idéia contida na moral é a relação abstrata que comanda e dirige o fato, o ato, a ação ou o procedimento. A moral explica e é explicada pelos costumes. A moral pretende enunciar as regras, normas e leis que regem, causam e determinam os costumes, inclusive, muitas vezes, anunciando-lhes as conseqüências (KORTE, 1999, p. 115 apud BITTAR, 2007, p. 11).

A sociedade em meio a tanto desenvolvimento vem mostrando cada vez mais seus interesses, principalmente quando se fala em ser moral e ético, e cada vez mais isso é cobrado das empresas, os clientes procuram produtos de empresas que agem de forma correta, respeitando a moral em que eles acreditam ser correta, ou seja, procuram conhecer as empresas e identificar a preocupação que ela demonstra para com a sociedade, se for uma empresa que respeita a moral em que os clientes

acreditam, com certeza ela vai crescer, se for ao contrário, logo a sociedade toma conhecimento de sua visão e deixa de lado os produtos da empresa causando até o fechamento da própria.

Segundo Klaus e Karin:

Moral empresarial é o conjunto daqueles valores e normas que, dentro de uma determinada empresa, são reconhecidos como vinculantis. A ética empresarial reflete sobre as normas e valores efetivamente dominantes em uma empresa, interroga-se pelos fatores qualitativos que fazem com que determinado agir seja um agir bom. Pregam que ética nos negócios é o estudo da forma pelas quais normas morais pessoais se aplicam as atividades e aos objetivos da empresa comercial (KLAUS E KARIN, 2002, p.22)

A moral dentro de uma empresa é muito importante, pois vai ditar o comportamento das pessoas que nela trabalham, e, são essas pessoas que vão passar a imagem interna da empresa para a sociedade, e é de extrema importância que seja uma imagem positiva, mas as pessoas que estão na alta administração precisam trabalhar para adquirir essa imagem, inclusive internamente.

Finalizando com Bittar:

Todas as éticas sejam quais forem suas orientações, premissas, engajamentos e preocupações, sempre elegem “o melhor” como sendo a finalidade do comportamento humano. Toda postura ética assume uma espécie do que seja “o melhor” para o direcionamento da ação humana, e, uma vez eleita, segue a trilha e a orientação traçadas para sua realização, assumindo os riscos do caminho e das conseqüências. (BITTAR, 2007, p. 28).

Independente da forma ou linguagem que a ética é expressada, ela transmite um único sentido, o sentido de correto, e justo para conosco e com a sociedade.

5.2 Quais são os Benefícios de Atitudes Corretas

Muitas pessoas pensam que a única forma de conseguir mais lucro é agindo de forma incorreta, porém, não colocam na balança, quais as conseqüências em ter atitudes corretas ou não, com certeza os benefícios de quem age de forma certa é maior do que os dos que não pensam assim, mas o principal benefício é uma organização

onde as pessoas têm orgulho de fazer parte, onde os clientes e fornecedores se orgulhem de fazer parte, e onde as ações das pessoas nunca sejam alvo de dúvidas e desconfianças.

Além da idéia de que responsabilidade social é uma lei, obrigação, etc. as empresa teriam que vê-la como uma das partituras que a empresa tem e precisa conservar. Pois, se tratando de responsabilidade social, as empresas estão mexendo com seu lado mais sensível e fatal, que são os clientes, governo e natureza. Todos esses itens merecem atenção especial da empresa, pois sem recursos naturais elas não têm com o que produzir, e, se não estiverem de acordo com as leis que regem o país, aí é que não podem produzir mesmo. Deve-se ter em mente que ter responsabilidade social, com o meio ambiente, que ser uma empresa ética não é mais só uma obrigação, torna-se um fator necessário para o crescimento de uma empresa, podemos observar pelo que diz alguns autores:

A ênfase da Ética na empresa funciona como o elixir que tudo melhora. Aprimora as pessoas, ajuda a que cada uma galgue os degraus do seu auto-aperfeiçoamento, melhore o próprio trabalho, desenvolva suas qualidades pessoais, e relacionamento com os companheiros. Não existe comportamento ético sem qualidade no trabalho. A ética torna o ser humano íntegro, coerente e feliz (ALONSO et. al., 2006, p. 144).

Quando a empresa leva aos seus funcionários, fornecedores, enfim a toda sua rede de relacionamento a imagem de uma empresa correta, que cumpra com todas suas obrigações preserva o meio ambiente e reconhece que tem responsabilidade com a sociedade, e faz coisas que comprovem esse pensamento, faz com que as pessoas sintam orgulho dessa empresa, em especial os funcionários, e isso os transforma em funcionários mais eficientes, mais leais e com certeza, lealdade por parte das pessoas que estão em sua volta é do que toda empresa precisa, pessoas que realmente vestem a camisa da empresa é um fator que ajuda muito a empresa.

Ashley (2004, p. 143) complementa que “os funcionários de uma empresa socialmente responsável tem orgulho de pertencer àquela organização pelo fato de saber que nela há uma integração entre fins e meios econômicos e sociais”.

Klaus e Karin dizem:

Mesmo funcionários e funcionárias não valorizam hoje a empresa unicamente pelo critério do salário que possam receber por seu emprego.

Diversos estudos empíricos demonstram uma correlação importante entre o emprego da ética e a motivação dos empregados. Uma empresa que se empenhe pelo cumprimento das máximas da ética, por ter uma direção possuidora de credibilidade, e que apóie seus funcionários e funcionárias na aplicação dos princípios éticos, alcança maior motivação, e um elevado grau de identificação, do que uma empresa que freqüentemente se encontra no meio da crítica por parte da opinião pública. (KLAUS; KARIN, 2002, p. 186).

Se os funcionários de uma empresa não se sentirem na obrigação de ajudá-la, se não tiverem o sentimento de que as atitudes deles influenciam para que tenham um bom resultado, com certeza só trabalharão pela necessidade de dinheiro e não estarão comprometidos com a empresa e isso é um fator muito negativo, podemos observa nas palavras de Ashley:

O dever sócio operário é dar à empresa a soma do trabalho que ao nela ser admitido se comprometeu a dar. Tanto lesa a indústria e a aniquila o mau patrão como o mal operário. Por mau operário entende-se todo aquele que trabalha de má vontade, procurando nas horas de oficina encher o tempo, em vez de produzir (ASHLEY et. al., 2004, p. 15).

Logo, faz-se necessário que a empresa busque a satisfação dos seus funcionários, para que eles tenham orgulho de trabalhar nela, e possam dar o máximo de si para ajudar no crescimento da empresa e a levar para a sociedade a imagem de uma empresa justa e correta com todas suas obrigações, pois se eles que estão lá dentro não levarem uma imagem positiva da empresa, o que pensará quem está de fora?

Ainda sobre os benefícios de atitudes corretas Passos diz:

Entretanto, pesquisa comprovam o que já era indicado pelos antigos filósofos: que o comportamento ético ainda é o melhor caminho; que a integridade é uma fonte de sucesso para as organizações, que ganharão a confiança dos clientes, o comprometimento dos funcionários e a autonomia de seus líderes. Diferente das situações em que a ética é negligenciada, em que passa a vigorar a desconfiança entre empresas, a falta de lealdade dos empregados e o uso da tecnologia a serviço da fraude, entre outros, que colocam em jogo o destino da organização, motivam o desmoronamento de muitas e ameaçam outras tantas (PASSOS, 2007, p. 68)

Alonso et al., 2006 dizem:

A empresa ética, que atua pelos princípios éticos sociais (respeito à dignidade pessoal, direito de propriedade, primazia do trabalho, solidariedade, princípios da subsidiariedade e primazia do bem comum), recebe o reconhecimento não só de quantos nela trabalham, mas principalmente dos clientes ou consumidores. Recentemente, tem sido comprovado que ela obtém valorização adicional devido a esse ativo intangível (good will), a uma certa tendência ao sucesso e a uma geral diminuição de riscos (144).

O administrador do século XXI precisa ser solidário aos problemas do mundo, se lembrar do que aprendeu na faculdade, especificamente na aula de Marketing onde diz que as empresas precisam se adaptar à vontade do cliente, as empresas deste século precisarão se moldar a essa vontade que cada vez se torna mais forte na sociedade, onde se exige que as empresas tomem um pouco da dor das pessoas que não tem recursos financeiros para ter uma vida melhor, da natureza, que cada dia que passa perde um pouco de força.

O mundo empresarial vê, na responsabilidade social, uma nova estratégia para aumentar seu lucro e potencializar seu desenvolvimento. Essa tendência decorre da maior conscientização do consumidor e conseqüentemente procura por produtos e práticas que gerem melhoria para o meio ambiente ou comunidade, valorizando aspectos éticos ligados à cidadania. Além disso, essas profundas transformações mostram-nos que o crescimento econômico só será possível se estiver alicerçado em bases sólidas. Deve haver um desenvolvimento de estratégias empresariais competitivas por meio de soluções socialmente corretas, ambientalmente sustentáveis e economicamente viáveis (ASHLEY et. al., 2004, p. 3).

Para os administradores que tem visão, a prática da ética e da responsabilidade social pode ser uma estratégia de venda, pois já está claro que eles preferem produtos de empresas que tem responsabilidade com a sociedade e com o meio ambiente. Além de aumentar suas vendas, a empresa terá uma imagem melhor e ainda ajudará a minimizar alguns problemas que afetam a sociedade e a natureza.

Klaus e Karin, 2002 também dizem:

Hoje não é mais possível entender os “clientes” como meros receptores de produtos e serviços. Toda a sociedade sente-se diretamente atingida pelos processos de produção, assim como pelos produtos e pelo consumo dos produtos. De acordo com isto, a “satisfação das necessidades dos clientes” assumiu uma dimensão mais ampla: Além da qualidade dos produtos e serviços, espera-se hoje cada vez mais das empresas que elas também assumam uma responsabilidade mais ampla em relação ao ambiente e à sociedade, assim como uma contribuição mais sensata para alcançar as metas sociais. (p. 184).

Os clientes representam a sustentação das empresas, pois são deles que vem a vida delas, é importante que a vontade desses sejam atendidas, pois assim a empresa garante seu futuro, só aquelas que tiverem interesse em atender o interesse dos clientes serão permanentes no mercado, aquelas que acharem que a ética e a moral não influenciam na vida da empresa serão apenas permanentes.

Passos:

O interesse ético das empresas para com as pessoas deve-se estender à comunidade, na forma de serviços e parcerias; também do cumprimento de suas obrigações como o pagamento justo de sua quota de impostos, pois eles são uma fonte de recursos a serem aplicados em obras de cunho social; na fabricação de produtos que não poluam o meio ambiente nem causem prejuízos à saúde e ao bem estar social (PASSOS, 2007, p. 72).

Ashley:

Robert Dunn é presidente do *Business for Social Responsibility (BSR)*, organização norte americana sem fins lucrativos dedicada a divulgação da responsabilidade social nos negócios. Em sua opinião, ser socialmente responsável é um dos pilares de sustentação dos negócios, tão importante quanto a qualidade, a tecnologia e a capacidade de inovação. Quando a empresa é socialmente responsável, atrai os consumidores e aumenta o potencial de vendas, gerando maiores lucros aos acionistas. Além disso, também é, hoje, um sinal de reputação corporativa e da marca (ASHLEY et. al., 2004, p. 8).

A empresa quando é ética, tem responsabilidade com a sociedade e com o meio ambiente, ganha a confiança de seus clientes, que ao perceberem a integridade da empresa passam a ter uma ligação maior e a preferir os produtos que aquela empresa vende, pois reconhecem que comprando daquela empresa estarão ajudando no seu crescimento e assim contribuindo para que ela possa ajudar mais a sociedade e dando mais um passo para melhorar o mundo.

Hoje, todas as empresas possuem qualidade, oferecem mil e uma formas de conquistar o cliente. Muitas além da qualidade, oferecerem prazos prolongados, um bom atendimento, etc., mas isso não é mais um diferencial, já são qualidades que todas tem, e, já que em qualquer empresa encontra-se qualidade, prazo, atendimento, com certeza o consumidor irá escolher a que tiver algo a mais, e esse algo a mais chama-se responsabilidade social, ética nas ações, sustentabilidade e respeito ao meio ambiente, logo, a empresa que possuir esses atributos, terá grande vantagem sob a empresa que não tem, e sua chance de sucesso será maior.

Ainda,

Quando as organizações resolvem praticar a responsabilidade social nos negócios, trazem para si ganhos e benefícios capazes de dar sustentabilidade a suas estratégias. Entre as conseqüências pela opção em ser uma empresa socialmente responsável estão o retorno da imagem, vendas e participação no mercado, para os acionista, publicitário e de produtividade e social (desenvolvimento sustentável da comunidade) (ASHLEY et. al., 2004, p. 144).

A melhor forma de uma empresa mostrar isso para a sociedade é demonstrar por meio de suas atitudes que o bem da sociedade também é uma prioridade da empresa.

Trabalhar a dinâmica social não é o mesmo que definir qual é a melhor estratégia para aumentar as vendas em um espaço de seis meses. O raciocínio deve ser bem mais claro no sentido de que a responsabilidade social é uma prática que atesta o comprometimento da empresa com seu público e com a sociedade, ultrapassando a idéia de que ela só deve existir em função de seu caráter econômico (ASHLEY et. al., 2004, p. 74).

Enfim, podemos observar que é muito gratificante para as empresas que elas sejam, e tenham atitudes éticas, respeito e que pratiquem ações beneficentes para a sociedade, ganham a confiança, respeito e admiração dos clientes, fornecedores e sociedade, e os benefícios decorrentes disso é o fortalecimento da organização, e o lucro, que todas as empresas procuram.

5.3 O Que Pode Ocorrer Quando as Empresas Praticam Atos Antiéticos?

Como as pessoas têm o livre arbítrio, ninguém pode obrigar ninguém a agir de certa forma, porém, ao tomar certas decisões as pessoas também enfrentam as conseqüências de seus atos.

Reale, 1999, p. 36 (apud BITTAR, 2007, p.38) diz:

A norma ética estrutura-se, pois, como um juízo de dever ser, mas isto significa que ela estabelece, não apenas uma direção a ser seguida, mas também a medida da conduta considerada lícita ou ilícita. Se há, com efeito, algo que deve ser, seria absurdo que a norma não explicitasse o que deve ser feito e como se deve agir. (p. 38).

Para uma empresa, quando em sua direção existem pessoas que não pensam de acordo com o que é certo, que acham que devem obter lucro sem medir as conseqüências, o maior dos prejuízos é a descredibilidade que essa empresa passa a ter frente a seus stakeholders.

Podemos observar no que diz Aguilar (apud PASSOS, 2007, p. 69) “Aguilar adverte que “o custo da conduta antiética pode ir muito além das penalidades legais,

notícias desfavoráveis na imprensa e prejuízos nas relações com clientes. Muitas vezes a consequência mais grave é o dilaceramento do espírito organizacional”.

Depois que uma empresa perde a credibilidade, a confiança dos stakeholders, tudo que ela fizer será alvo de desconfiança, e, sem a confiança das pessoas, com certeza uma empresa não fica muito tempo no mercado, e depois que a empresa perde esses atributos fica muito difícil de reconquistá-lo.

Os prejuízos das atitudes antiéticas não ficam somente na descredibilidade da empresa, também se estende à pessoa que está à frente da direção da empresa, que pode pensar que ao usar o nome das empresas para praticar atos antiéticos, está livrando seu nome do escândalo e das responsabilidades decorrentes desses atos, porém, as coisas não são bem assim.

Mattos diz:

Cabe concluir citando uma interessante teoria do direito, a da desconsideração da personalidade jurídica. Em algumas situações, as empresas podem ser utilizadas como instrumento de realização de fraude ou abuso de direito. Um juiz pode, nesse caso, ignorar a autonomia patrimonial da pessoa jurídica, imputando os atos ilícitos e fraudulentos às pessoas físicas responsáveis por eles. A teoria da desconsideração da personalidade jurídica, portanto, indica, com base na perspectiva estritamente legal, que não só as empresas, mas também seus administradores, podem ser responsabilizados por seus atos (MATTOS, 2004, p. 318).

Um grande reforço para a sociedade com relação à ética é o direito, que pode corrigir as ações das pessoas e das empresas, buscando sempre o bem comum.

Bittar diz:

A solução para os conflitos oriundos do desentendimento humano, do entrelaçamento dos interesses, da disparidade de interpretações sobre fenômenos sociais, do abuso de um diante do outro, da lesão a esfera da liberdade alheia... pode dar-se ou por força da ética ou por força do direito. É certo que o direito intervém para pacificar relações humanas, inclusive com recurso à sanção, tendo em vista a inabilidade humana para lidar com soluções éticas para conflitos. (BITTAR, 2007, p. 48).

Existe ainda como amparo a sociedade o CEPA (Código de Ética Profissional do Administrador) onde existe o código de ética do administrador e as sanções previstas para os que resolverem não andar de acordo com as regras lá descritas.

Alonso et al., 2006, ressalta:

O CEPA, no seu artigo 6º, arrola 30 deveres do Administrador. A inobservância desses deveres acarreta infração ou falta ética que poderá ser levada, na forma de representação, ao Tribunal Regional de Ética dos Administradores (TREA) (p. 216).

Ainda :

As sanções prevista no CEPA são, de resto, as habituais da indisciplina: a advertência, a censura pública, a suspensão do exercício profissional por 90 dias, prorrogáveis uma vez se persistir o infrator e a cassação do registro profissional, com conseqüente publicação e apreensão da carteira profissional do cassado (ALONSO et. al., 2006, p. 218).

Porém esse não deve ser o medo dos administradores de hoje e sim o medo da vergonha. Não se deve agir bem, ter uma ética e praticar atos bons por medo desse fator e sim pelo compromisso perante os clientes, aos funcionários, acionistas e fornecedores, deve-se agir de forma correta pela observação de que agindo de forma certa as empresas acarretarão ganhos para si e ainda estarão ajudando a sociedade, mas essa ajuda não deve ser vista como uma ajuda no sentido da palavra, e sim uma retribuição dos bens que são de todos e a sociedade cede para que as empresas possam trabalhar.

E defende que “a responsabilidade social “é vista como um compromisso da empresa em relação à sociedade em geral, é uma forma de prestação de contas do seu desempenho baseado na apropriação de recursos que originalmente não lhes pertencem” (ALONSO et. al., 2006, p. 176).

Seria bom que os administradores tivessem consciência de não permitir que os atos praticados chegassem ao nível do direito e de sanções disciplinares, mas que, fossem resolvidos segundo a ética e a responsabilidade social ainda dentro das empresas com cada indivíduo respeitando o próximo e tomando atitudes corretas.

Klaus e Karin (2002), dizem palavras importantes para os administradores que pensam que não se faz necessário praticar a ética e a responsabilidade social para conservar a permanência da empresa no mercado.

No fundo são os consumidores, e não as autoridades regulamentadoras, que dão a medida de qualidade das empresas. Com a abertura dos limites econômicos nacionais, e com o maior acesso à informação, os mercados se tornam mais transparentes, os consumidores ganham em soberania (p. 189).

5.4 Quem deve ser Ético e ter Pensamentos Responsáveis Socialmente?

A ética é como a educação: cabe em todo lugar. A todos cabe ser éticos.

Bittar diz:

O plano da ética é o plano da ação, seja ela coletiva, seja individual. No entanto, carece dizer que o que dá origem a uma ética coletiva é o esforço das ações individuais. Assim, todo o processo de formação de uma identidade ética e de uma consciência ética para uma coletividade para uma coletividade decorre de um princípio: a ação individual. (BITTAR, 2007, p. 75).

Dentro de uma empresa todas as pessoas devem ter pensamentos corretos, mas principalmente os responsáveis pelo negócio, pois são eles que dão o exemplo para as pessoas que trabalham na empresa, e, se as condutas desses não forem corretas, não poderão cobrar nada de ninguém.

Passos (2007, p. 70) diz que “à alta administração compete dar o exemplo, portando-se de forma correta em todos os momentos, estimulando comportamentos éticos, promovendo e implantando um clima ético na organização”.

Se as pessoas que são o espelho da organização não derem o exemplo, com certeza, as pessoas que vêem o comportamento farão o mesmo, pois, se eles que são os que mais deveriam ter atitudes corretas e não tem, nunca vão desenvolver nas outras pessoas a responsabilidades de serem pessoas com comportamentos corretos, pois como diz Mattos, (2004 p. 326), o líder determina o tom moral da organização, representado e reformulando seus valores.

É necessário que as pessoas que estão no topo da organização mostrem que se deve ser ético, ter atitudes corretas, e que cobrem isso de todos os colaboradores da empresa.

Passos diz:

Diante disso, somos levados a concordar com Nasch (1993, p. 19) que “torna-se necessário uma nova base conceitual, que ponha em evidência o conjunto normal dos valores éticos a despeito das convulsões econômicas e sociais da atualidade”. Uma ética em que as empresas procurem e alcancem o lucro, que é imprescindível para sua continuidade, desde que seja o lucro virtuoso, aquele que é capaz de gerar valor e que é posto a serviço do desenvolvimento social. Procurem em primeiro lugar incentivar valores morais positivos, olhando os problemas empresariais do ponto dos relacionamentos e não do produto final (PASSOS, 2007, p. 68- 69).

Para Alonso:

A implantação e manutenção da conduta ética organizacional depende mais dos seus administradores, sejam eles os empresários ou os seus

prepostos, os executivos; depende de fato da liderança dessas pessoas, dando exemplo e tomando decisões éticas (ALONSO et. al., 2006, p. 211)

Antes de tomar as decisões dentro de uma empresa, é necessário que o administrador correlacione o que pretende fazer em relação às pessoas, ao meio ambiente, para que ele esteja ciente do que está fazendo, sendo que o ideal seria que a sociedade evoluísse juntamente com o crescimento da empresa, onde a dignidade das pessoas fossem respeitadas. De que adianta dizer que o mundo está evoluído, que cada dia a tecnologia está mais avançada, onde os administradores buscam cada vez mais formas para alcançar a maximização de sua produção, patrocinam estudos para o crescimento da organização, dizer que no mundo existem gênios que ficaram milionários com simples idéias, que existem países que são potência, enquanto isso, o meio ambiente que se agüente, as pessoas menos favorecidas que passam fome, moram nas ruas, as crianças que não estudam que se virem. Definitivamente não é assim que tem que ser, os empresários precisam se colocar na altura de seres humanos e comprovar as palavras de Passos:

A ética social ou qualquer que seja ela deve seguir uma orientação humanista que coloque a vida humana como o valor principal. Os indivíduos que estão envolvidos no mundo dos negócios são seres humanos com emoções e sentimentos, e não apenas máquinas ou peças da engrenagem produtiva (PASSOS, 2007, p. 74).

Enfim, todas as pessoas dentro de uma organização precisam ser ético, mas principalmente os líderes, pois são o espelho da organização, e eles devem buscar e sempre ensinar sobre a ética dentro da empresa.

Segundo Alonso:

“No mundo organizacional cabe ao administrador preponderante papel de agente de desenvolvimento social” (item V). Focando a empresa, pode-se afirmar que o administrador tem um papel preponderante em seu desenvolvimento – é agente preponderante do desenvolvimento (ALONSO et. al , 2006, p. 216).

Enfim, o administrador tem uma importância muito grande no desenvolvimento social e na conscientização das pessoas que estão na empresa.

Alonso diz:

Dentre os deveres, convém salientar os seguintes, por serem os que dizem respeito mais diretamente à profissão.



“Propugnar pelo desempenho da (empresa) da sociedade e das organizações, subordinando a

eficiência de desempenho profissional aos valores permanentes de verdade e do bem comum” (item II do art. 6º).

👉👉👉👉 “Colocar a empresa na perspectiva de que o interesse social está acima do interesse dela” (CFR. Item III do art. 6º).

👉👉👉👉 “Contribuir... para o incessante progresso das instituições sociais e dos princípios legais que regem o País” (art. 6º, IV).

👉👉👉👉 “Exercer a profissão com zelo, diligência e honestidade [...] sem abdicar de sua dignidade, prerrogativas e independência profissional” (art. 6º, item V).

👉👉👉👉 “Manter o sigilo profissional” (CFR. Art. 6º, item VI).

👉👉👉👉 “Assegurar [...] as condições mínimas para o desempenho ético-profissional” (art.6º, item X).

👉👉👉👉 “Cancelar seu contrato de trabalho sempre que normas, filosofia, política e costumes contrariem sua consciência profissional e os princípios e regras desse Código” (art. 6º, item XIII).

👉👉👉👉 “Esclarecer o cliente sobre a função social da empresa e a necessidade de preservação do meio ambiente” (art. 6º, item XX).

👉👉👉👉 “Cumprir fiel e integralmente as obrigações e compromissos assumidos relativos ao exercício profissional” (art. 6º, item XXIX) (ALONSO et.al., 2006, p. 216 e 217).

5.5 Por que Ética e Responsabilidade Social hoje?

Todas as pessoas já conhecem a situação em que se encontra a terra, o ar que respiramos já não é tão puro, muito já se houve falar sobre os impactos ambientais no mundo e o prejuízo que isso tudo causa na humanidade é muito grande. Sem falar que muitas pessoas passam fome, outras tantas nunca tiveram a oportunidade de poder estudar, ter um futuro melhor, e vimos as crianças, na maioria das vezes de baixa renda, se tornando adolescentes que fumam, roubam, etc. Outras famílias moram e vivem em situações degradantes, porque não tem condições de ter uma casa, alguns, moram até nas ruas. Tudo isso vem sendo observado pela sociedade, que faz o que pode para ajudar, mas entende que conseguir mudar essa situação requer muita boa vontade e capital, e como as empresas usam os recursos que também pertencem a essas

peessoas, que passam dificuldade na vida, é mais do que justo que elas façam alguma coisa para ajudar a melhorar a vida deles, que ajudem para que essas pessoas tenham condições de sonhar com um futuro melhor, e assim a empresa também ganha o reconhecimento da sociedade, e acima de tudo alicerça sua integridade perante seus clientes.

Ashley et al., 2007 diz que:

Contrário a idéia defendida por Friedman de que a única responsabilidade da empresa é buscar o lucro, Keith Davis afirma que a empresa acarreta, para a sociedade, alguns custos decorrentes de suas atividades; por isso mesmo, tem responsabilidade direta e condições de abordar muitos dos problemas que atingem a sociedade (p. 10).

Se houvesse a cooperação de todas as empresas para minimizar alguns dos problemas que afetam a sociedade, a situação seria diferente, pois as empresas tem muitos recursos, recursos esses advindos da sociedade e da natureza, logo, se torna explícita e o quanto é importante que as empresas ajudem a melhorar a vida da sociedade.

Passos (2007, p. 69) diz: “Sem dúvida, a ética é direito e vontade de justiça, porém também é arte que deve ser aprendida dia após dia. Investimento que vale a pena, pois ela é um grande patrimônio para os indivíduos e o maior para a vida de uma empresa”.

Ainda Ashley:

O crescente aumento da complexidade dos negócios, principalmente em decorrência do processo de globalização e da velocidade das inovações tecnológicas e da informação, impõe ao empresariado nacional uma nova maneira de realizar suas transações. Além disso, as crescentes disparidades e desigualdades de nossa sociedade obrigam a repensar o desenvolvimento econômico, social e ambiental (ASHLEY et. al, 2004, p. 3).

Se houver o interesse das empresas em ajudar, tudo que aconteceria é que ela teria o sentimento de obrigação cumprido e ganharia o reconhecimento e o prestígio da sociedade, o que se torna um fator positivo na vida de qualquer empresa, Klaus e Karin dizem que acumulam-se os sinais de que o “prestígio” de uma empresa transforma-se numa vantagem que possui utilidade para a concorrência comercial, porque surge uma “valor adicional positivo” (KLAUS; KARIN, p. 189, 2002).

Srouf prega que:

Cada vez mais as decisões e as ações empresariais ficam submetidas ao crivo de uma cidadania disposta a retaliar as empresas que abusam da confiança e da credulidade de suas contrapartidas. As empresas convivem com os padrões morais que suas contrapartidas partilham. Ferir tais padrões significa estimular a deslealdade individual aos interesses da empresa, além do mais, a empresa tem uma imagem a resguardar, patrimônio essencial para a continuidade do próprio negócio. (SROUR, 1998, p. 291-292).

Se as empresas não se adequarem aos desejos da sociedade, à moral que ela considera, com certeza não terá muito sucesso. Porque cada vez mais os consumidores estão atentos ao que diz respeito às ações da empresa, e qualquer motivo que ela der será o bastante para a sociedade se mostrar, reivindicar e fazer da empresa alvo de muitas críticas.

Muito se tem visto ultimamente sobre pessoas que usaram o nome das empresas para praticar ações que não são morais nem legais, essas pessoas estão tirando o direito de ver seu país crescer, estão ensinando as nossas crianças que só se cresce por meios incorretos, pois quando a imprensa toma conhecimento de um fato desses, começa a transmitir os fatos e aí se mostra o quanto o nosso país se torna antiético por algumas pessoas, pois normalmente nesses casos estão envolvidas políticos, administradores, juízes e por aí vai. O que essas pessoas fazem não é nada mais que um roubo, estão desrespeitando seus clientes, e acima de tudo estão sujando o nome da classe dos administradores, e também perdem a confiança para sempre de seus acionistas, clientes e funcionários. A pessoa que tem pensamentos antiéticos acaba prejudicando a si próprio, a comunidade e o seu país.

Ashley diz:

Para que a responsabilidade social exista é necessário, antes de tudo, que as técnicas e filosofias das empresas sejam repensadas, que o fim social não seja massacrado pelo desejo do lucro; que não deve ser um fim em si e sim o possibilitador de uma atitude mais ética e responsável por parte das empresas (ASHLEY et. al., 2004, p. 74).

Faz-se necessário então que o pensamento dos administradores sejam pensamentos responsáveis, e que não vejam no lucro o motivo para tomarem atitudes que não são corretas, e mudar o pensamento de uma pessoa que aprendeu que é por meio da desonestidade que se obtém a vitória, e que não é responsabilidade da empresa se preocupar com a sociedade e com o meio ambiente é muito difícil, logo é necessário trabalhar a honestidade, atos corretos, desde que a criança começa a estudar, pois

assim se torna mais difícil que no futuro elas se tornem pessoas com atos incorretos, seja em qual ramo que ela decida trabalhar, e que se ensine também que ajudar as pessoas e cuidar do meio ambiente é responsabilidade de todos, independente da profissão.

Ashley diz:

A empresa socialmente responsável assume uma postura proativa, ou seja, considera responsabilidade sua buscar e implementar soluções para os problemas sociais. Cultiva e pratica um conjunto de valores que podem ser explicitados em um código de ética, formando a própria cultura interna e funcionando como referência de ação para todos os dirigentes em suas atuações (ASHLEY et. al., 2004, p. 11).

É assim que deve ser o pensamento da empresa do século XXI, deve assumir suas responsabilidades, e passar esse pensamento correto até onde puder.

6 METODOLOGIA

6.1 Metodologia da Pesquisa

Nesta monografia foi utilizado a pesquisa diagnóstico, que, segundo Roesch, esse tipo de pesquisa visa o diagnóstico interno ou do ambiente organizacional.

Este trabalho analisa um problema (a preocupação com a ética e responsabilidade social) em um dado mercado (mercado de confecções de roupas infantil e infanto-juvenil em Uruana) levantando (questionário) e definindo problema.

Roesch (2006, p. 142) ainda diz que “pesquisa diagnóstico procura explorar o ambiente organizacional e de mercado; levantar e definir problemas”.

6.2 Tipo de Pesquisa

Segundo Gil (1995, p. 45) “as pesquisas exploratórias tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, com vista na formulação de problemas mais precisos, ou hipóteses mais pesquisáveis para estudos posteriores”.

Ainda Gil (1995, p. 45) complementa que “estas pesquisas tem como objetivo proporcionar mais familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a, construir hipótese”.

6.3 Estratégia da Pesquisa

Pesquisa de caráter qualitativo, com uma estratégia de pesquisa do tipo estudo de caso, pois como Roesch (2006, p.155) “o estudo de caso como uma estratégia de

pesquisa pode ser utilizado de modo exploratório (visando levantar questões e hipóteses para futuros estudos, por meio de dados qualitativos)”.

6.4 Instrumento de Coleta de Dados

O instrumento de coleta de dados utilizado foi o questionário.

Segundo Roesch (2006, p. 142) “O questionário não é apenas um formulário, ou um conjunto de questões listadas sem muita reflexão. O questionário é um instrumento de dados que busca mensurar alguma coisa”. A coleta de dados se assemelha com entrevistas em grupo, onde as pessoas são escolhidas e respondem a entrevistas, porém, neste caso, eles respondem a questionários.

6.5 Instrumento de Análise de Dados

Os dados foram tabulados em forma de porcentagem e demonstrados em gráficos.

6.6 Unidades de Observação

Foram realizados quinze questionários nas confecções de roupa infantil, infante-juvenil e adulto, sendo que somente os gestores das empresas responderam. Ambas as confecções estão localizadas em Uruana - GO.

São elas:

- ❖ Gato Coral Confecções;
- ❖ Kontacktto Confecções.

7 RESULTADOS

O setor de confecções em Uruana é a principal atividade comercial da cidade, existem três confecções de médio porte na cidade, que são: Lella confecções, Gato Coral Confecções e Kontacktto Confecções. Existem também as facções, que são pequenas empresas que prestam serviços de confecção para outras empresas de Uruana e outras cidades como: Goiânia, Itapuranga e outras. Todas juntas empregam em torno de 250 pessoas.

As empresas onde foram realizadas as pesquisas foram a Gato Coral Confecções que fabrica roupas infantil, infanto-juvenil e adulto, masculino e feminino, conta hoje com 49 funcionários distribuídos em todos os setores da empresa, é administrada por seus donos: Gilson Vieira Ruiz e Walquíria Vieira Custódio. Outra empresa que participou da pesquisa foi a Kontacktto confecções, que fabrica roupas infantil, infanto-juvenil e adulto, sendo apenas masculinos, funciona também como facção, conta hoje com 50 funcionários distribuídos em todos os setores, é administrada por seus donos Valdivino Ribeiro da Silva e Maria Judite de Castro.

Como foi falado anteriormente, as empresas onde foram realizados os questionários foram: Gato Coral Confecções e Kontacktto Confecções, segue abaixo as respostas obtidas para cada pergunta:

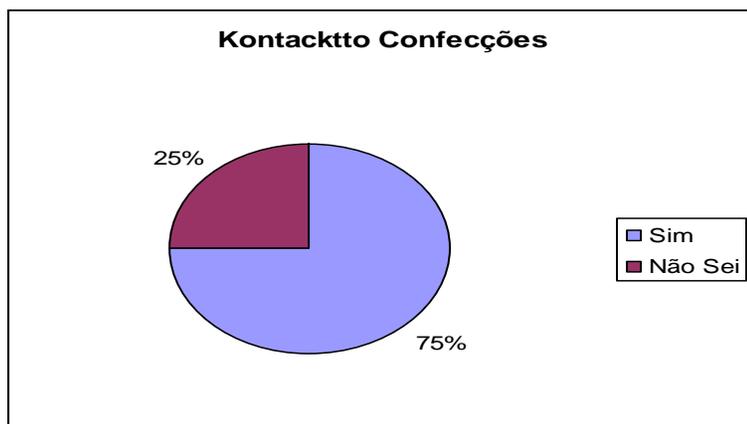


Figura 1 – Participação em projeto social.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Diante disso podemos perceber contradições nas respostas, 75% das pessoas dizem que sim, 25% dizem que não, com isso podemos dizer que a empresa precisa se mostrar mais para seus colaboradores, podendo assim até ganhar mais a confiança deles.

Depoimento de um dos funcionários: “Estes projetos interagem empresa e sociedade”.

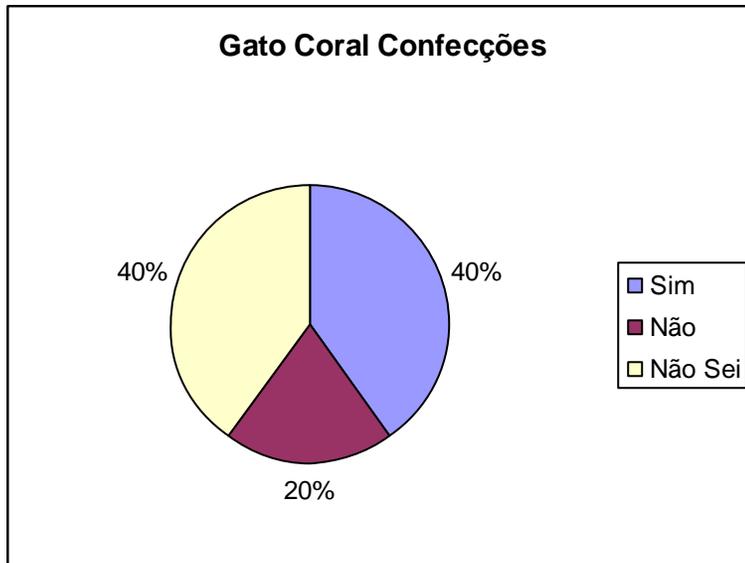


Figura 2 - Participação em projeto social.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Nessa empresa as contradições e falta de informação se mostram evidentes, 40% das respostas apontam que sim, 20% que não, e 40% deixaram em branco alegando não saber. A conclusão dessa é a mesma que para a outra empresa, precisa se mostrar mais para seus colaboradores, principalmente os projetos que beneficiam a sociedade.

Depoimento de um dos funcionários: “A empresa é consciente da importância da responsabilidade social”.

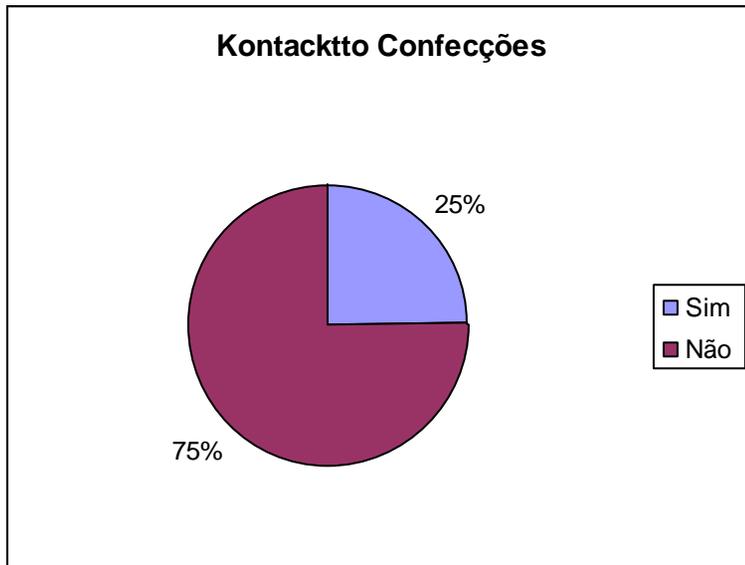


Figura 3 – Ajuda financeira a entidades carentes.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

A maioria das respostas nesta empresa apontam um resultado negativo, 25% dizem que sim, 75% dizem que não, logo a conclusão desta pergunta é a seguinte, se ajudar, a empresa precisa passar essas informações para os colaboradores, considerando que eles vão se sentir melhor em uma empresa que ajuda a sociedade, se não, seria bom que a empresa começasse a pensar no caso, pois como vimos na teoria anteriormente apresentada, isso pode se tornar um ativo para a empresa, e ajudá-la em seu crescimento.

Depoimento de um dos funcionários: “ajuda uma escola, ela é estadual, mas ainda sobrevive devido a ajuda de alguns empresários”.

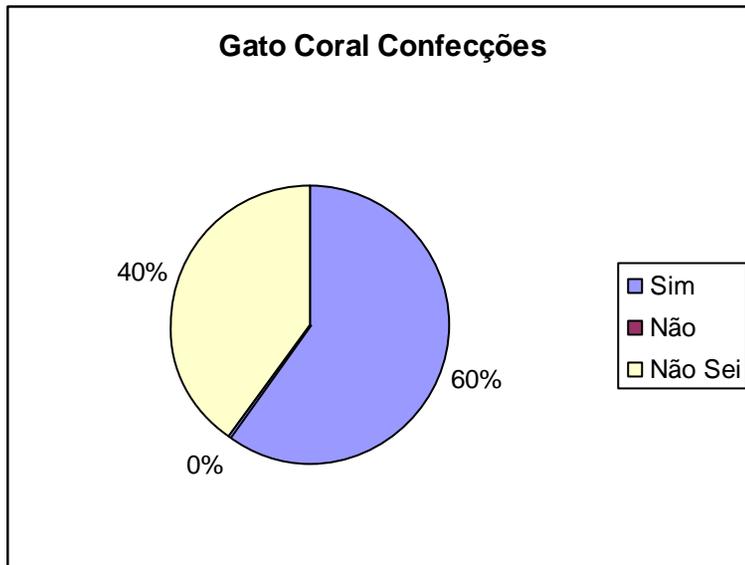


Figura 4 – Ajuda financeira a entidades carentes
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

O resultado encontrado nessa empresa é mais positivo, 60% dizem que sim, 40% dizem que não sabem. Considerando todos os benefícios que a empresa que ajuda a sociedade tem, seria bom essa empresa começar um novo projeto para passar a informação que ela ajuda pessoas que precisam, e talvez até desenvolver isso dentro dos colaboradores.

Depoimento de um dos funcionários: “Para acreditar que a responsabilidade da empresa vai além dos valores materiais”.

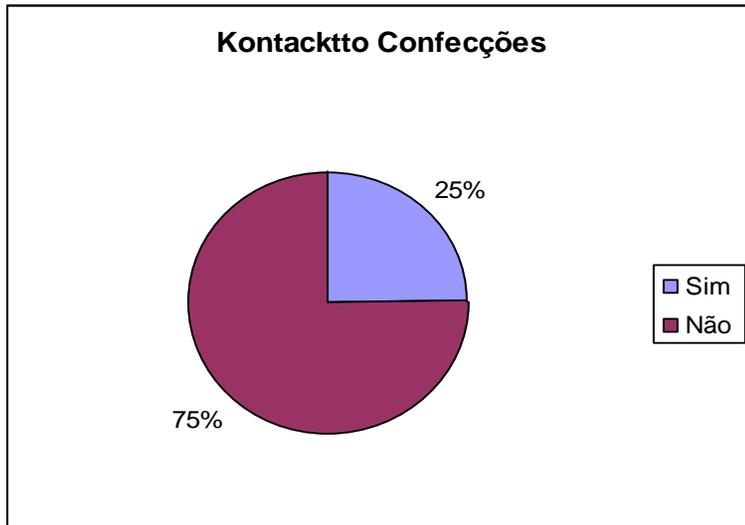


Figura 5 - É do governo toda responsabilidade ambiental.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Esse é um resultado considerado positivo, 25% das pessoas acham que a responsabilidade ambiental é do governo e 75% acham que não, é um bom resultado, ver que a maioria das pessoas tem consciência da responsabilidade que todos nós temos que ter com o meio ambiente.

Depoimento de um dos funcionários: “Todo cidadão tem sua obrigação, uma vez que todas as pessoas dependem do ambiente para sobreviverem”.

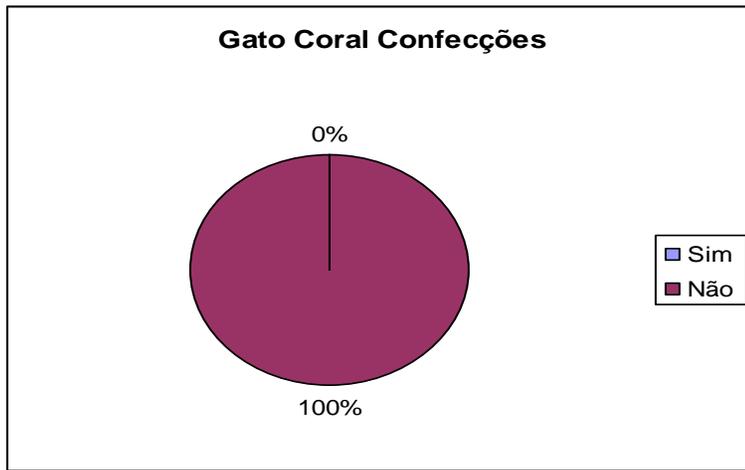


Figura 6 - É do governo toda responsabilidade ambiental
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Diante do gráfico podemos ver que 0%, ou seja, ninguém acha que a responsabilidade é só do governo, 100%, ou seja, todas os colaboradores tem consciência de que a responsabilidade do meio ambiente é de todos nós, inclusive das empresas.

Depoimento de um dos funcionários: “É uma responsabilidade de todos já que o meio ambiente é para todos”.

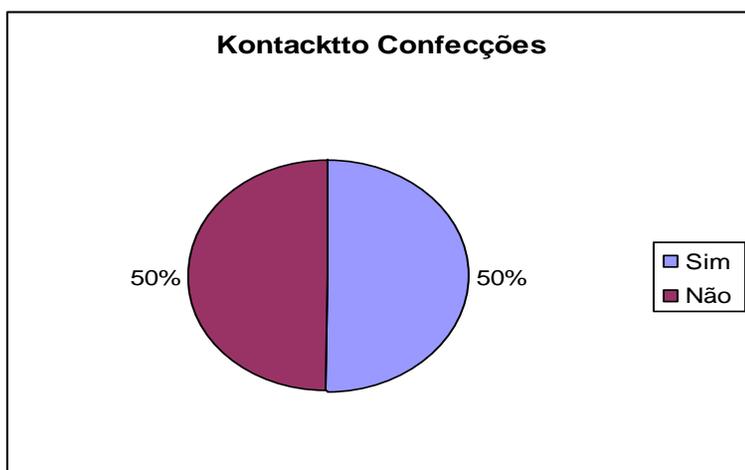


Figura 7 – Projeto de preservação ao meio ambiente.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Novamente as respostas se contradizem, 50% dizem que sim, 50% dizem que não, se existir, a empresa precisa deixar seus colaboradores cientes desse fato, se não, é uma boa hora para começar considerando as exigências dos novos consumidores.

Depoimento de um dos funcionários: “É fundamental conscientizar a nova geração da importância do meio ambiente”.

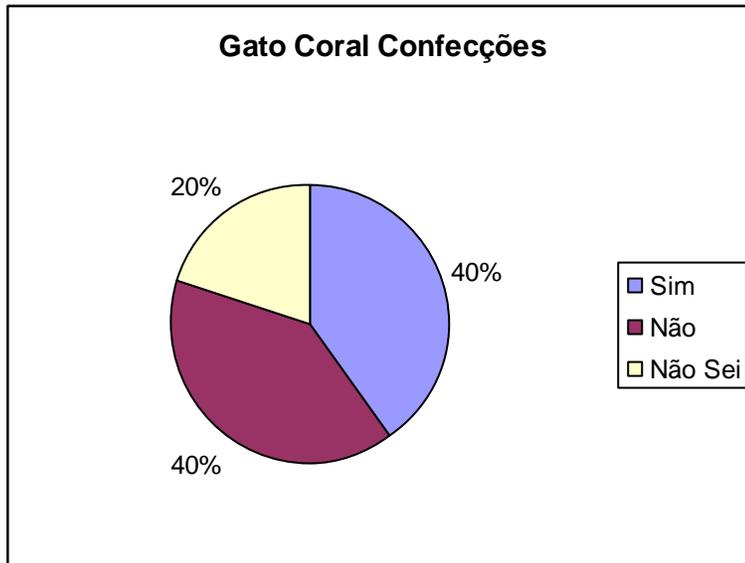


Figura 8 – Projeto de preservação ao meio ambiente
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Assim como na outra empresa, esta também possui respostas contradizentes, 40% dizem que sim, 40% dizem que não, 20% em branco alegando não saber, novamente se vê a importância da informação, os colaboradores precisam saber os projetos que a empresa apóia, se não apóia nenhum, assim como na conclusão da empresa acima, seria bom que a empresa começasse a desenvolver algum projeto, já que os clientes esperam isso das empresas.

Depoimento de um dos funcionários: “Porque com isso estamos colaborando para diminuir a poluição do planeta”.

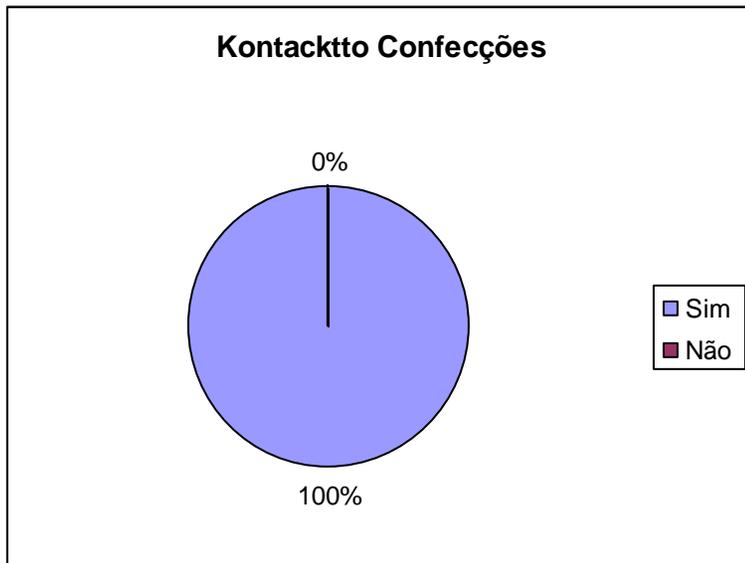


Figura 9 – As empresas precisam desenvolver políticas sociais e de preservação do meio ambiente para serem mais aceitas no mercado.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Como resultados 100% dos colaboradores concordam, 0% não, é bom que todas as pessoas tenham essa visão de que as empresas tem responsabilidades com a sociedade e com o meio ambiente, pois os clientes das empresas também pensam dessa forma.

Depoimento de um dos funcionários: “Ajudando a preservar além do reconhecimento da população, ainda encontraremos novos parceiros”.

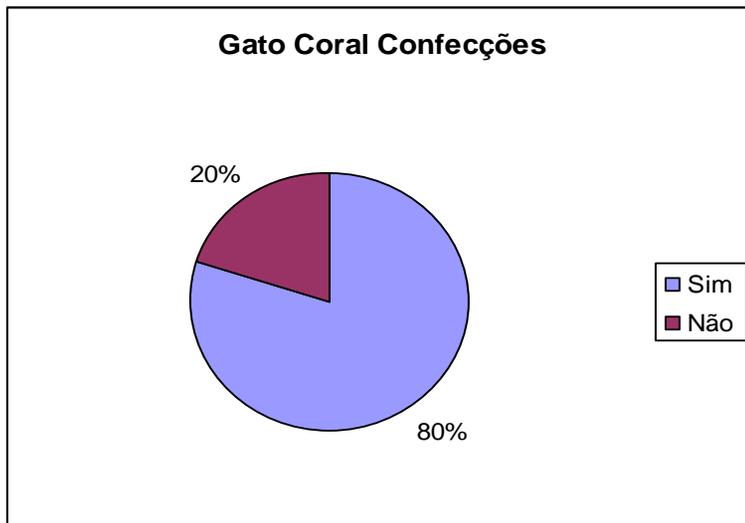


Figura 10 – As empresas precisam desenvolver políticas sociais e de preservação do meio ambiente para serem mais aceitas no mercado.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Como maioria, 80% concordam que as empresas precisam sim de projetos sociais e de preservação ao meio ambiente, 20% dizem que não. É bom que a maioria acredite nisso, mas seria melhor que todos compartilhassem da mesma opinião, pois a empresa ganharia e a sociedade também, pois seria uma pessoa a mais para desenvolver esse pensamento nas empresas onde eles não existam, pois para uma empresa é importante ver que os clientes esperam uma atitude delas, melhor é ser cobrada pelos clientes e ver que seus concorrentes também agem de forma a beneficiar a sociedade e o meio ambiente.

Depoimento de um dos funcionários: “Toda a sociedade avalia e prioriza compra de produtos de empresas que adotam “selos” de Qualidade Total e parceria com órgãos de preservação ambiental.”

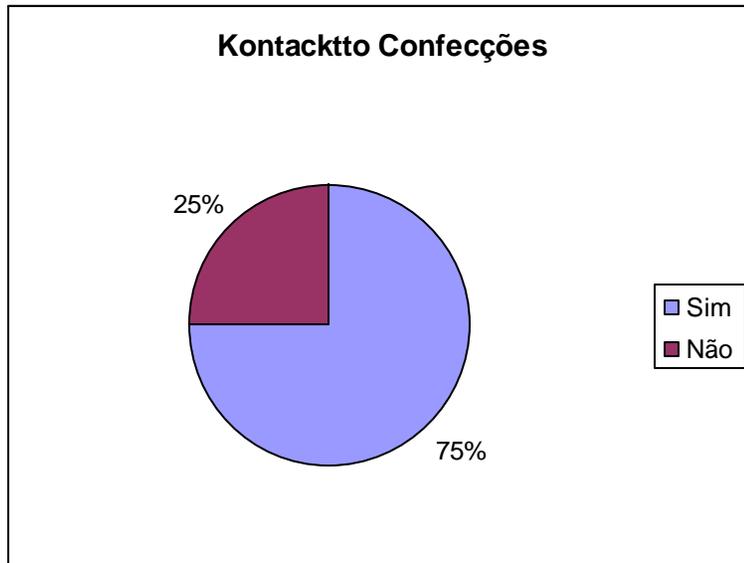


Figura 11 – Funcionários acima de 50 anos.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Analisando o gráfico temos 75% dizendo que sim e 25% dizendo que não. A empresa não é obrigada a contratar ninguém, mas se analisarmos as oportunidades que uma pessoa de 50 anos tem de conseguir um emprego veremos que são poucas, logo se torna importante para a empresa que se a pessoa tiver o perfil, a contrate, pois isso também é um trabalho social. Se na empresa tiver alguém dessa idade, muito bem para a empresa.

Depoimento de um dos funcionários: “O trabalho de pessoas mais experientes serve de incentivo aos mais jovens”.

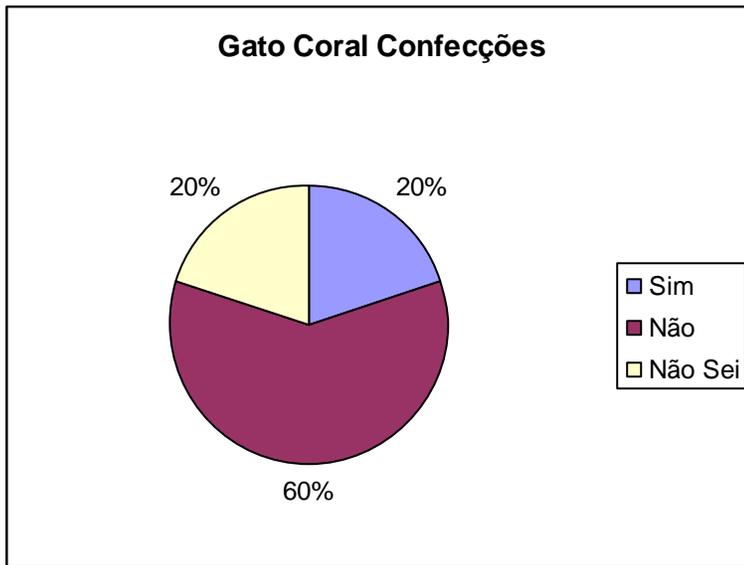


Figura 12 – Funcionários acima de 50 anos.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

O gráfico nos mostra que 20% dizem que sim, 60% que não, e 20% não sabem. As pessoas com mais idade tem um campo profissional muito resrito, seria importante pra elas que tivessem oportunidade e também seria um ato nobre da empresa. A empresa analisada diz não ser seu critério contratar pessoas com mais idade, apenas não tem pessoas para o tipo de serviço.

Depoimento de um dos funcionários: “Não temos, mas já tivemos. Não é uma opção da empresa, só não tem profissional com essa idade”.

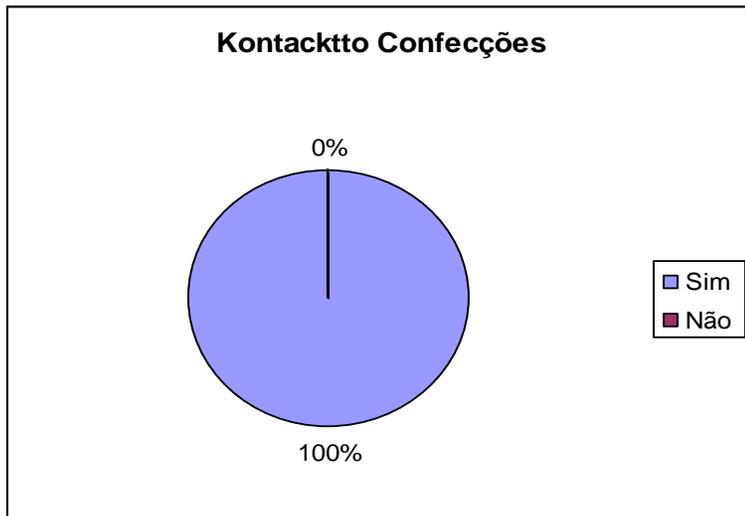


Figura 13 – oportunidade de trabalho para universitários.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Como se pode observar a empresa oferece sim oportunidade de trabalho aos universitários e vê a importância de apoiar as pessoas que estudam, pois assim contribuem para o crescimento da nação.

Depoimento de um dos funcionários: “Este universitário poderá ser no futuro mais um da sua equipe de trabalho”.

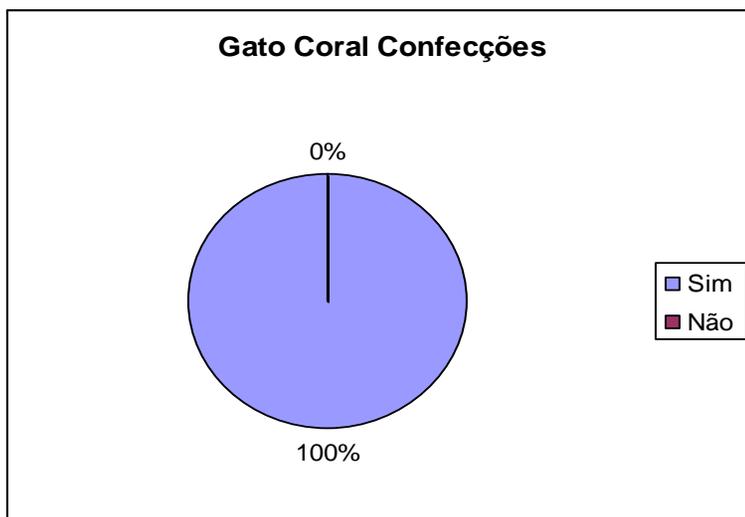


Figura 14 – oportunidade de trabalho para universitários.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Nesta empresa o resultado é o mesmo, apóiam os universitários com oportunidade de trabalho e entendem a importância para o futuro a formação dessas pessoas.

Depoimento de um dos funcionários: “Melhorar o nível das organizações tem tudo a ver com o nível de formação do quadro de colaboradores, por isso incentivamos a iniciativa da formação acadêmica e profissionalizante”.

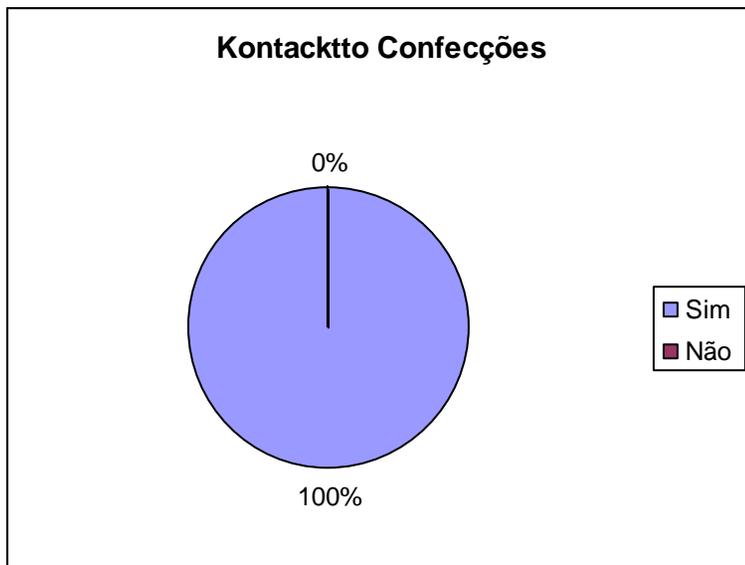


Figura 15 – Sustentabilidade é usufruir dos recursos naturais, preservando-os para que as gerações futuras também possam usufruir desses recursos.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

O gráfico nos mostra que 100% concordam com o conceito de sustentabilidade e mostram apoiá-lo, pois entendem o cuidado que temos com os recursos hoje vão refletir na vida das pessoas no futuro.

Depoimento de um dos funcionários: “Se não preservarmos, as futuras gerações não terão oportunidade de ver o que nós estamos vendo”.

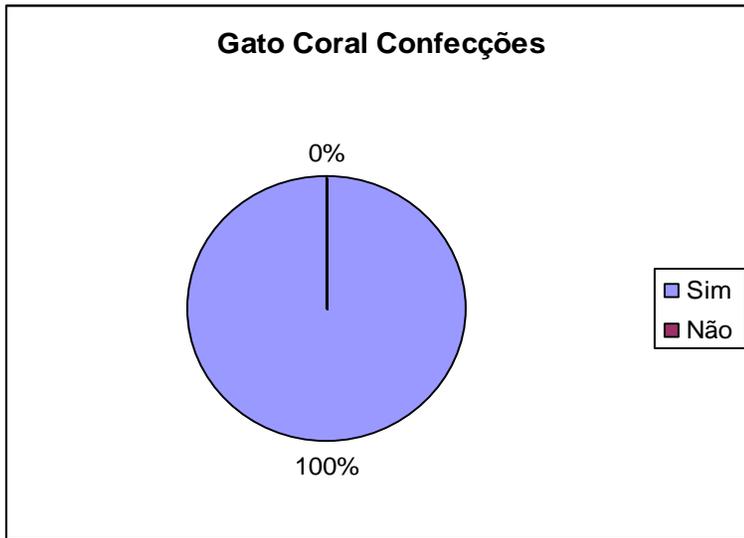


Figura 16 – Sustentabilidade é usufruir dos recursos naturais, preservando-os para que as gerações futuras também possam usufruir desses recursos.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Como na empresa acima, esta também se mostrou bem consciente ao conceito de sustentabilidade, 100% concordaram e também reconhecem a importância de se preservar hoje para garantir o futuro das novas gerações.

Depoimento de um dos funcionários: “A globalização exige que os recursos naturais sejam preservados. A responsabilidade das ações corretas no momento presente farão no futuro a diferença para nossos descendentes”.

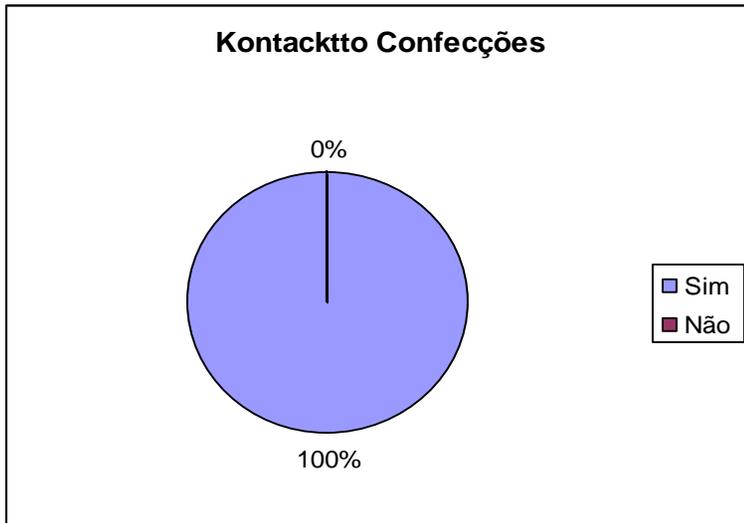


Figura 17 – Influência da ética, moral e boa índole para as vendas de uma empresa.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Diante do gráfico podemos observar que 100% acham que a boa índole e a moral influenciam na imagem e nas vendas da empresa. É muito importante para uma empresa que ela seja vista como uma empresa correta, assim fará que os seus ganhos financeiros aumente assim como sua imagem.

Depoimento de um dos funcionários: “São características fundamentais para a confiança dos clientes”.

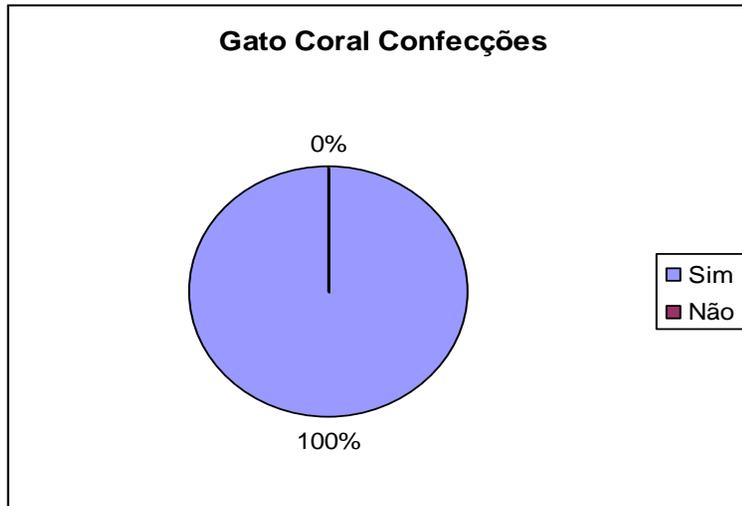


Figura 18 – Influência da ética, moral e boa índole para as vendas de uma empresa.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Assim como na empresa anterior, esta também compartilha da mesma opinião, 100% acham que a boa índole e a moral influenciam na imagem e nas vendas da empresa. Os clientes tem vontade própria, logo é interessante para a empresa chamar a atenção deles, a melhor forma de fazer isso é si mostrando eticamente e moralmente correta.

Depoimento de um dos funcionários: “Ser ético e moral, é fundamental para a inserção da empresa no mercado, este é o alicerce da missão das empresas para o sucesso nas vendas e fidelização dos clientes”.

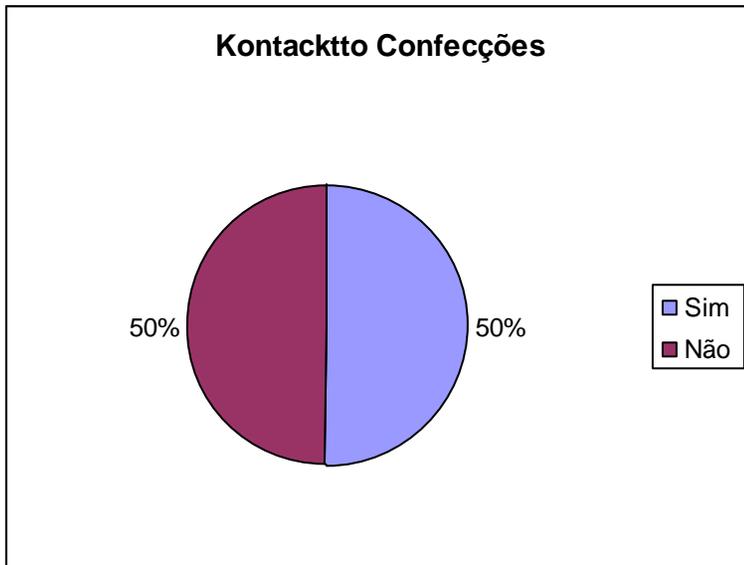


Figura 19 – Estímulos a tomar decisões respeitando a ética e a moral.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Diante desse resultado podemos ver que 50% dizem que são estimulados a tomarem decisões respeitando a ética e a moral e 50% disseram que não. Os clientes procuram transparência nas ações das empresas, seria importante que todos tivessem a liberdade de concordar ou não com certas atitudes, pois isso pode ajudar no crescimento da empresa.

Depoimento de um dos funcionários: “Estes fatores estão sempre em prioridade para o bom andamento da empresa”.

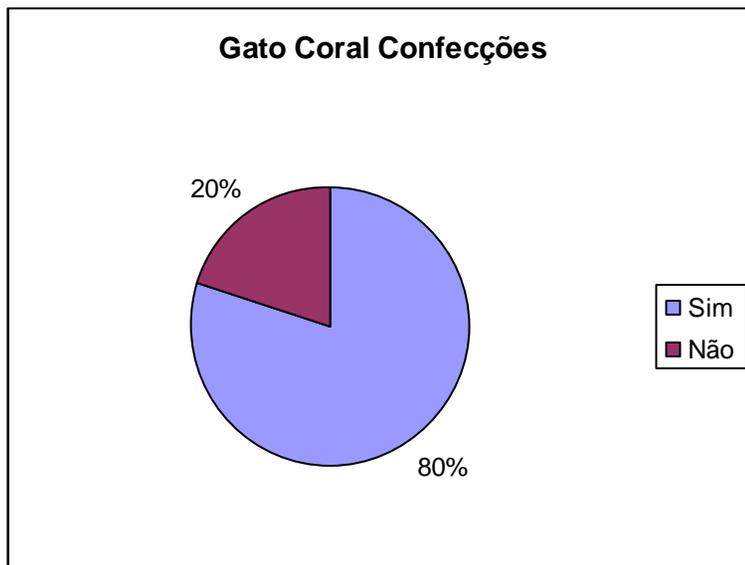


Figura 20 – Estímulo a tomar decisões respeitando a ética e a moral.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Ao se analisar o gráfico vê-se que 80% das pessoas disseram que são estimuladas a tomarem decisões respeitando a ética e a moral, 20% não. Como foi dito na empresa anterior é importante que as pessoas sejam estimuladas a terem atitudes corretas para o benefício da empresa.

Depoimento de um dos funcionários: “Estes fatores são sempre levados em consideração, pois acredita-se que estas atitudes refletem diretamente na imagem da empresa (em relação aos clientes)”.

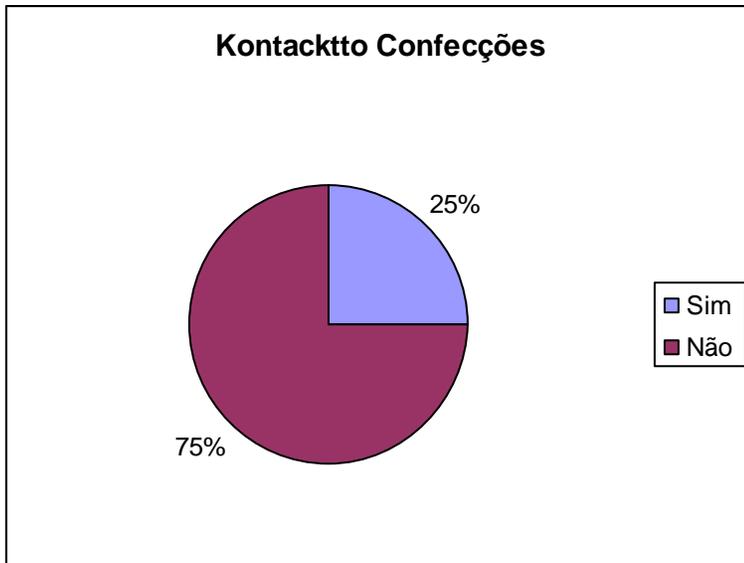


Figura 21 – Decisões que perante a ética e a moral são incorretas.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Como se pode ver, 25% disseram que sim, 75% disseram que não. As pessoas não podem se deixar corromper por dinheiro, em todos os momentos tem que agir pelos princípios da ética e da moral.

Depoimento de um dos funcionários: “Se não está de acordo com a ética e a moral deve ser deixada de lado e buscar uma nova solução”.

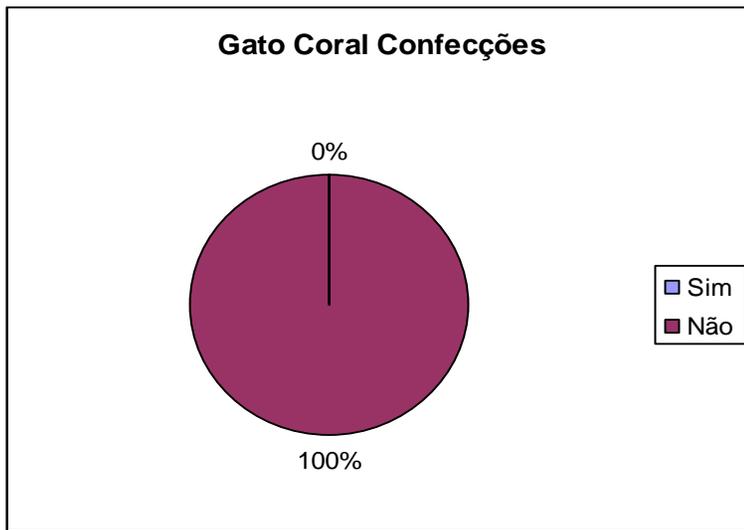


Figura 22 – Decisões que perante a ética e a moral são incorretas.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Ao analisar o gráfico se vê que 100% das respostas foram que não agiriam de forma que a ética e a moral fossem desrespeitadas, é o pensamento mais correto, agindo assim as empresas terão um futuro melhor.

Depoimento de um dos funcionários: “Acredito que a base para toda boa administração tenha sustentação na Ética e Moral”.

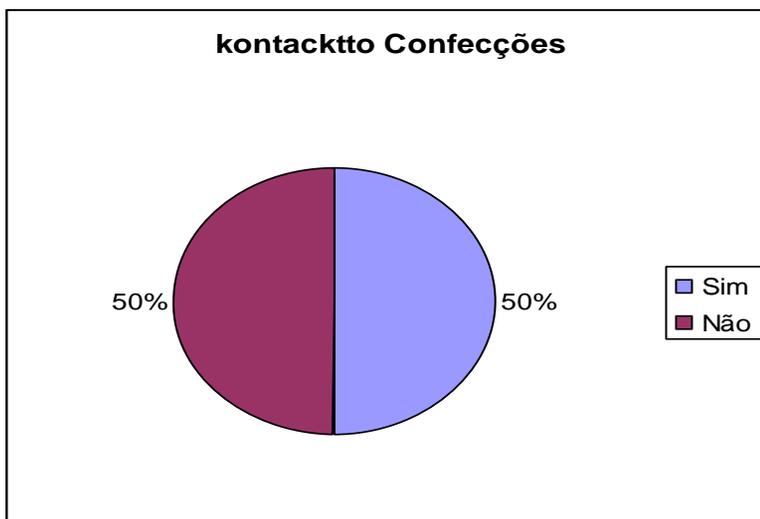


Figura 23 – Ser ético e ter responsabilidade social é estar em dias com os impostos.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Podemos ver que as opiniões são diferentes, 50% acreditam que a obrigação da empresa é estar em dia com seus impostos e deixar que o governo faça o resto, 50% acreditam que não. É importante sim que as empresas estejam em dia com seus impostos, porém sua obrigação social vai além disso.

Depoimento de um dos funcionários: “Estar em dia com seus tributos é obrigação da empresa para que ela possa cobrar as obrigações do Estado”.

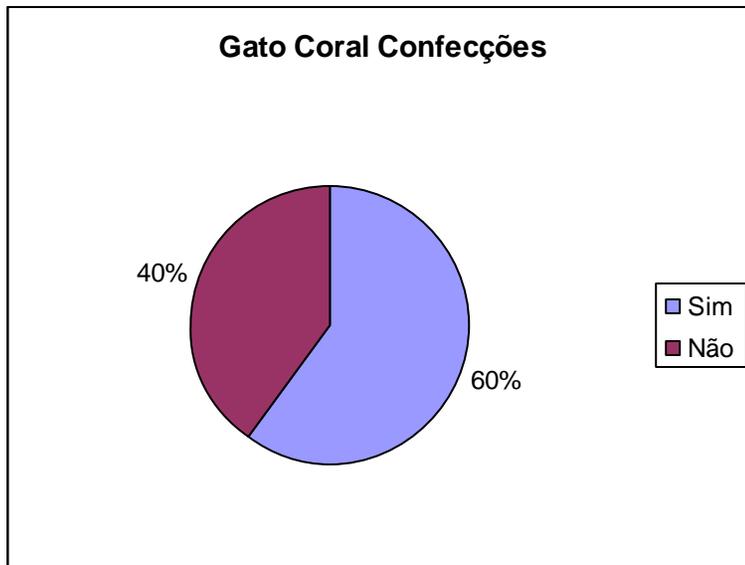


Figura 24 – Ser ético e ter responsabilidade social é estar em dia com os impostos.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

As opiniões são divididas, 60% acreditam que sim, que sua responsabilidade vai até o pagamento dos impostos, 40% acreditam que vai além disso. O governo é um só para consertar todos os erros que as pessoas cometem com as pessoas e com o meio ambiente, por isso, sem o intermédio da sociedade, em especial das empresas vai ficar muito difícil.

Depoimento de um dos funcionários: “Cada um precisa desenvolver seu papel. É importante sim manter os impostos em dias, mas temos que, de forma independente ou coletiva, buscar a construção de um mundo melhor, o que depende das atitudes de cada um”.

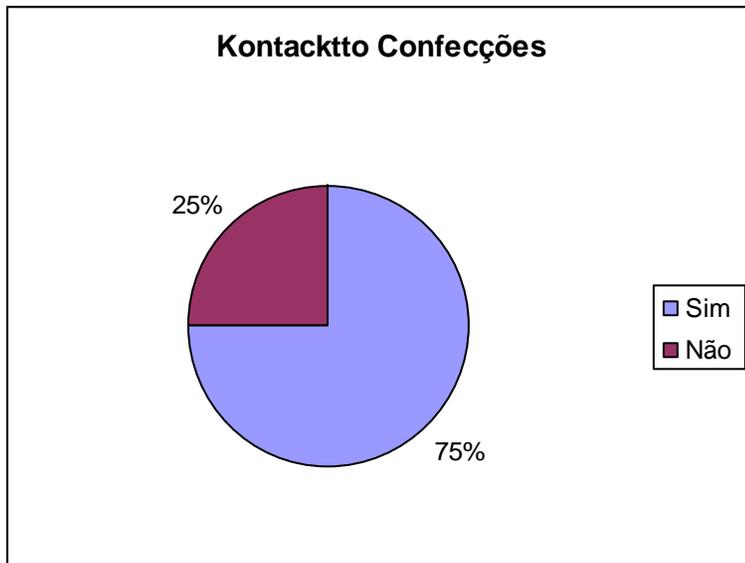


Figura 25 – Existência de códigos de ética na empresa.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Como se pode ver 75% dizem que existe um código de ética, 25% dizem que não. Um código de ética pode ser muito útil para definir a conduta dos colaboradores dentro da organização, é bom que ele exista mesmo que não seja escrito, mas que seja cobrado.

Depoimento de um dos funcionários: “Para que haja harmonia entre os integrantes da empresa”.

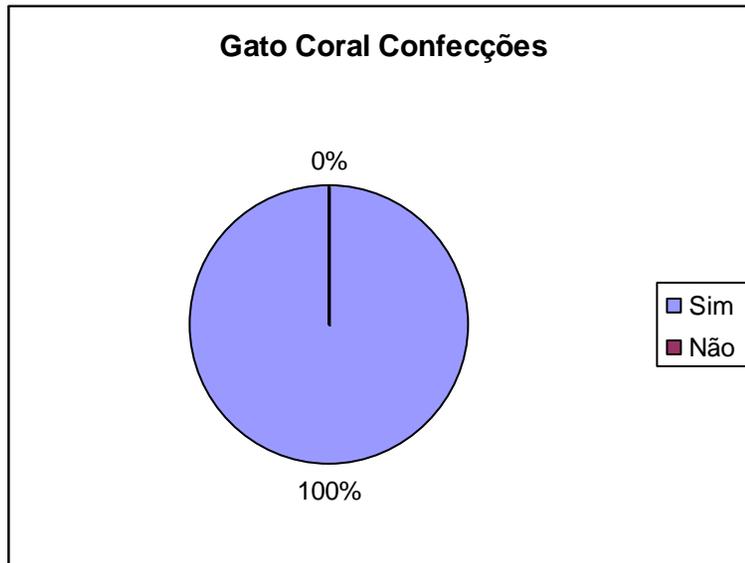


Figura 26 – Existência de códigos de ética na empresa.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2008.

Como se pode ver 100% das pessoas dizem que existe um código de ética na empresa. Esse código serve para o colaborador como um parâmetro para seu comportamento, buscando o ser ético e moral de cada colaborador.

Depoimento de um dos funcionários: “Foi implantado para que todos os colaboradores estejam conscientes de seus deveres em relação às regras impostas pela empresa. É muito importante no sentido de estarem todos conscientes”.

8 CONCLUSÃO

Esta monografia é resultado de um estudo realizado no ano de 2008, sobre ética e Responsabilidade Social na visão das empresas de confecção em Uruana , as pesquisas foram realizadas nas empresas Gato Coral Confecções e Kontacktto Confecções, ambas localizadas na cidade de Uruana – Go. Foram realizadas pesquisas bibliográficas para entender o sentido de ética, moral e responsabilidade social e em que isso pode afetar as organizações na visão de vários autores, constituindo assim um referencial teórico que muito esclarece sobre esses termos.

Para conhecer um pouco sobre os pensamentos envolvendo ética, moral e responsabilidade social das pessoas que trabalham no auto escalão das empresas foi realizado um questionário onde esses pensamentos foram expostos.

Na primeira empresa Kontacktto Confecções ao se analisar, o resultado geral da pesquisa foi positivo. O resultado mostrou que a empresa reconhece que tem responsabilidade com a sociedade e com o meio ambiente, também tem consciência que precisa ser eticamente correta e socialmente responsável, pois isso beneficia a imagem da empresa e assim contribui com a fidelização dos clientes, porém, alguns fatores precisam ser observados, apesar da maioria dos resultados individuais serem positivos, alguns se mostraram negativos, outras respostas se contradizem, uns dizem que a empresa participa de projetos sociais, ajudam financeiramente alguma entidade carente e que possui projetos de preservação ao meio ambiente outras dizem que não. Outras respostas apresentam pensamentos contrários aos dos autores apresentados no referencial teórico, alguns acham que a responsabilidade ambiental é só do governo, outras dizem não ser estimulados a tomar decisões respeitando os limites da ética e responsabilidade social, porém Passos (2007) adverte:

Entretanto, pesquisas comprovam o que já era indicado pelos antigos filósofos: que o comportamento ético ainda é o melhor caminho; que a integridade é uma fonte de sucesso para as organizações, que ganharão a confiança dos clientes, o comprometimento dos funcionários e a autonomia de seus líderes. Diferente das situações em que a ética é negligenciada, em que passa a vigorar a desconfiança entre empresas, a falta de lealdade dos empregados e o uso da tecnologia a serviço da fraude, entre outros,

que colocam em jogo o destino da organização, motivam o desmoroamento de muitas e ameaçam outras tantas (p. 68).

Outras dizem que tomariam certas decisões mesmo que sejam incorretas perante a ética e a moral, Ashley et al., 2004, lembra:

Robert Dunn é presidente do *Business for Social Responsibility (BSR)*, organização norte americana sem fins lucrativos dedicada a divulgação da responsabilidade social nos negócios. Em sua opinião, ser socialmente responsável é um dos pilares de sustentação dos negócios, tão importante quanto a qualidade, a tecnologia e a capacidade de inovação. Quando a empresa é socialmente responsável, atrai os consumidores e aumenta o potencial de vendas, gerando maiores lucros aos acionistas. Além disso, também é, hoje, um sinal de reputação corporativa e da marca (ASHLEY et. al., 2004, p. 8).

Os resultados negativos foram a minoria, poderia se dizer até que são irrelevantes, mas se tratando da imagem da empresa pensamentos assim não podem existir, a empresa precisa trabalhar cada colaborador para terem pensamentos e atitudes que beneficiem a empresa, não que a coloque na contra-mão dos pensamentos dos consumidores de hoje.

O interesse éticos das empresas para com as pessoas deve-se estender à comunidade, na forma de serviços e parcerias; também do cumprimento de suas obrigações como o pagamento justo de sua quota de impostos, pois eles são uma fonte de recursos a serem aplicados em obras de cunho social; na fabricação de produtos que não poluam o meio ambiente nem causem prejuízos à saúde e ao bem estar social (PASSOS, 2007, p. 72).

Na segunda empresa Gato Coral Confecções, os resultados no geral também foram positivos, nas respostas obtidas pôde-se perceber o comprometimento da empresa em respeitar a ética e responsabilidade social, como na empresa anterior a empresa tem consciência de suas responsabilidades com a sociedade e com o meio ambiente e reconhece os benefícios e assume ser uma empresa onde a ética é respeitada e a responsabilidade social é praticada, porém, ao se analisar os resultados individuais, também tem alguns fatores negativos, algumas respostas se contradizem, alguns dizem que sim outros que não, tem respostas que quando comparadas com os pensamentos dos autores contidos no referencial teórico se mostram contrárias, alguns

acham que a empresa não precisa desenvolver políticas sociais e de preservação ao meio ambiente.

Alonso diz:

A empresa ética, que atua pelos princípios éticos sociais (respeito à dignidade pessoal, direito de propriedade, primazia do trabalho, solidariedade, princípios da subsidiariedade e primazia do bem comum), recebe o reconhecimento não só de quantos nela trabalham, mas principalmente dos clientes ou consumidores. Recentemente, tem sido comprovado que ela obtém valorização adicional devido a esse ativo intangível (good will), a uma certa tendência ao sucesso e a uma geral diminuição de riscos (ALONSO et. al., 2006, p. 144).

Outros dizem não serem estimulados a tomarem decisões sempre respeitando a ética e a moral, acham que é suficiente para uma empresa que seus impostos estejam em dias para que o governo faça o resto. Outro fator negativo é a falta de informação, alguns colaboradores não sabem se a empresa tem algum projeto social, ou se ajuda algum financeiramente, e é bom para a empresa que todas as pessoas saibam inclusive seus colaboradores que a empresa pratica sim atos que beneficiem a sociedade e o meio ambiente. Os pensamentos considerados negativos para a imagem da empresa precisam ser trabalhado, pois a empresa precisa de pessoas com pensamentos corretos, pois os incorretos transmitem uma imagem ruim das empresas e não ajudam a conquistar novos clientes.

Ashley diz:

Quando as organizações resolvem praticar a responsabilidade social nos negócios, trazem para si ganhos e benefícios capazes de dar sustentabilidade a suas estratégias. Entre as conseqüências pela opção em ser uma empresa socialmente responsável estão o retorno da imagem, vendas e participação no mercado, para os acionista, publicitário e de produtividade e social (desenvolvimento sustentável da comunidade) (ASHLEY et. al, 2004, p. 144).

No geral, os pensamentos das duas empresas foram positivos, mostram ser empresas eticamente e socialmente responsáveis e reconhecem que os clientes precisam estar satisfeitos, e o que eles querem são produtos de empresas que visam a melhoria do mundo em todos os termos.

Ashley diz:

O mundo empresarial vê, na responsabilidade social, uma nova estratégia para aumentar seu lucro e potencializar seu desenvolvimento. Essa tendência decorre da maior conscientização do consumidor e conseqüentemente procura por produtos e práticas que gerem melhoria para o meio ambiente ou comunidade, valorizando aspectos éticos ligados à cidadania. Além disso, essas profundas transformações mostram-nos que o crescimento econômico só será possível se estiver alicerçado em bases sólidas. Deve haver um desenvolvimento de estratégias empresariais competitivas por meio de soluções socialmente corretas, ambientalmente sustentáveis e economicamente viáveis (ASHLEY et. al., 2004, p. 3).

9 SUGESTÕES

Considerando os resultados obtidos, algumas sugestões estão apresentadas abaixo com o intuito de ajudar no crescimento quando se fala em ética e responsabilidade social para as organizações que contribuíram para a elaboração deste:

- ❖ Criar projetos que beneficiem a sociedade junto com a mesma;
- ❖ Participar de reuniões de projetos que visam a melhoria da sociedade, e realmente estar interessado em ajudar.
- ❖ Ver o que pode ser feito dentro da organização para contribuir com o meio ambiente, como por exemplo, restos de tecidos e papéis que podem ser doados ao invés de irem para o lixo.
- ❖ Ministras palestras educativas sobre comportamentos eticamente e moralmente corretos tanto para os líderes como para o operacional.
- ❖ Tirar da empresa toda e qualquer ameaça que comprometa sua índole perante a sociedade, como por exemplo, funcionários que não tem como pensamento primordial o bem estar da sociedade e do meio ambiente;
- ❖ Incentivar atitudes corretas, e punir atitudes erradas;
- ❖ Ter como primordial o bem estar da sociedade e não o lucro (não que não seja importante, mas não é o mais importante);
- ❖ Criar padrões de comportamentos corretos esperados pela empresa e passar para todos os colaboradores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALONSO, Félix Ruiz, et. al. **Curso de ética em Administração**. São Paulo: Atlas, 2006.

ASHLEY et al. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2007.

BITTAR, Eduardo C. B. **Curso de ética jurídica: ética geral e profissional**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CARDOSO, Roberto Carvalho. **Código de ética profissional do administrador**. Disponível em: <http://www.cfa.org.br/arquivos/selecionaitem.php?p=selecionaitem.php&coditem=63>. Acesso em 08 dez. 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

LEISINGER, Klaus M.; SCHMITT, Karin. **Ética empresarial: responsabilidade global e gerenciamento moderno**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

MATTAR, João. **Filosofia e ética na Administração**. São Paulo: Saraiva, 2004.

PASSOS, Elizete. **Ética nas organizações**. São Paulo: Atlas S. A., 2007.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em Administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SROUR, Roberth Henry. **Poder cultura e ética nas organizações**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campos, 1998.

Revisado por

Célia Romano do Amaral Mariano

Biblioteconomista CRB1/1528

APÊNDICE

APÊNDICE A - CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS

RELATÓRIO DE CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA – KONTACTTO CONFECÇÕES

Nome da Entidade: Kontackto confecções

Endereço: Rua 15, nº 315, centro Uruana – Go.

Telefone/ Fax: (60) 3344-1463

Nome dos proprietários: Maria Judite de Castro e Valdivino Ribeiro da Silva

Nome e Cargo da Chefia Direta: Maria Judite de Castro e Valdivino Ribeiro da Silva

Nome do gerente de R. H.: Daniela Oliveira.

Ramo de Atividade: Confecção de moda masculina.

Área de atuação: Recursos Humanos.

Histórico:

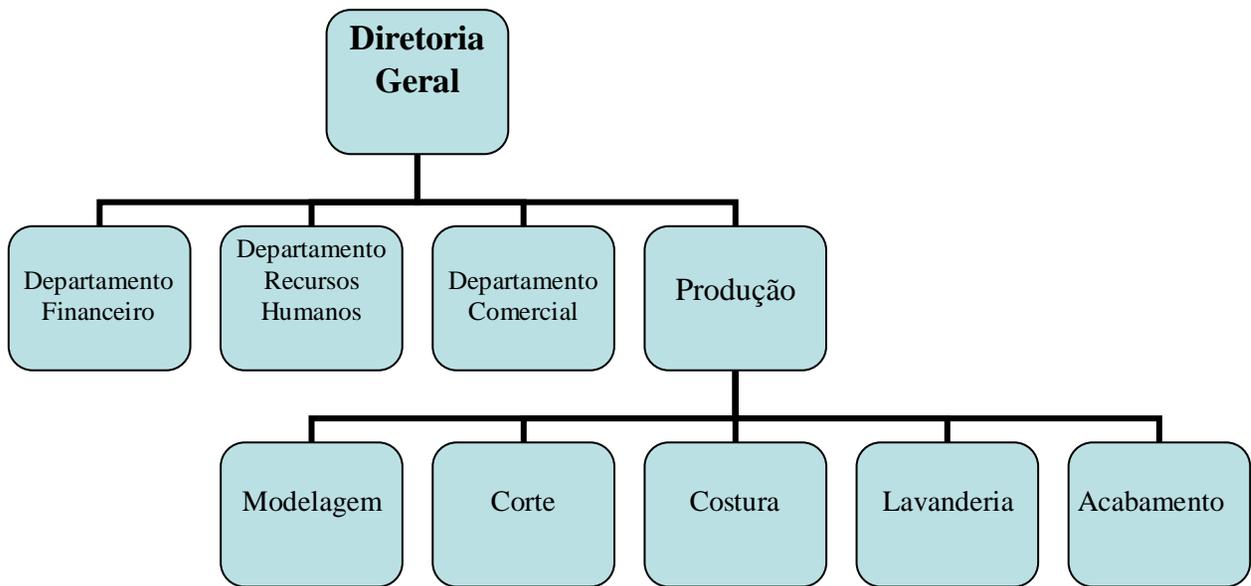
A empresa Maria Judite Castro ME – Kontacktto Confecções – situada à Rua 15, nº. 315/ Centro em Uruana-Goiás, atua no mercado há 12 anos, industrializando e comercializando roupas para o mercado masculino infantil e adulto sempre demonstrando o respeito pelo cliente e o bom gosto e qualidade em todas as peças. O registro da empresa na junta comercial foi no dia 06/11/1998.

A idéia da empresa Kontacktto Confecções saiu de sua proprietária: Maria Judite de Castro, onde a idéia inicial era apenas a fabricação de camisas. Começou uma pequena produção em sua casa, após três anos iniciou uma sociedade com a Sr. Judite. Com o passar do tempo a empresa foi ganhando mercado, isso decorrido do profissionalismo, bom gosto e competência das pessoas que lá trabalhavam.

Após seis anos a sociedade foi desfeita e a empresa passou a contar com o apóio de seu esposo, o Sr. Valdivino Ribeiro da Silva, nesse tempo a empresa já estava grande e com espaço físico adequado, que é onde a empresa se encontra hoje.

Hoje a empresa conta com 50 colaboradores, tem sua marca e produção própria e atua também como facção para outras empresas.

Organograma:



Fonte: o autor, 2008.

Número de Empregados: 50 colaboradores.

Principais metas da Empresa: Levar ao mercado masculino o melhor da moda jeans e camisaria.

Produtos desenvolvidos pela empresa: Jeans (calça, bermuda) e camisa para o mercado masculino.

Levantar principais recursos que resultam o produto final: lojas especializadas em moda infantil e adulto localizadas em todo território nacional, e facção de jeans e camisaria para outras empresas.

Caracterizar os Recursos Humanos da Empresa Levantando:

- a) Categoria dos profissionais que atuam na empresa: Os profissionais são divididos em :

Recursos humanos externo: contador.

Recursos humanos interno: diretoria geral, departamento de criação, departamento administrativo (compras, recursos humanos, financeiro, comercial), departamento

de produção (modelagem, corte, costura jeans, costura camisaria, lavanderia, acabamento), almoxarifado e expedição.

- b) Divisão técnica de trabalho: A empresa é dividida em vários setores, conforme organograma acima. Cada funcionário responde pelas atividades do seu setor, sendo que cada setor tem um encarregado.
- c) Verificar a qualificação dos funcionários dividindo em qualificados, não qualificados, e tipos de treinamentos oferecidos:

<i>Departamento</i>	<i>Qualificação</i>					
	<i>Ens. Fund.</i>	<i>1º Grau</i>	<i>2º Grau</i>	<i>Superior Incompleto</i>	<i>Superior Completo</i>	<i>Especialização</i>
Diretoria Geral						
Depto. Criação						
Depto. Adm.				1		
Depto. Produção	38	4	5			
Almoxarifado		1				
Expedição			1			

- d) Condições de jornada de trabalho: Cada funcionário trabalha 9 horas diárias de segunda a quinta-feira, com intervalo de quinze minutos por dia e 8 horas diárias na sexta-feira.
- e) Descrever a rotatividade da mão de obra: A rotatividade é equilibrada.

RELATÓRIO DE CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA – GATO CORAL CONFECÇÕES

Nome da Entidade: Gato Coral

Endereço: Rua Amadeu Alves Toledo, nº. 310, centro.

Fone/Fax: (62) 3344-1394.

Nome dos Proprietários ou Grupo: Walquíria Vieira Custódio e Gilson da Silva Ruiz.

Nome e Cargo da Chefia Direta: Walquíria Vieira Custódio e Gilson da Silva Ruiz.

Nome do gerente de R. H.: Beatriz Dourado de Oliveira

Ramo de Atividade: Confecção de roupa para crianças e adolescentes.

Área de atuação: Recursos Humanos.

Histórico:

A empresa Walquíria Vieira Custódio ME – Gato Coral Confecções – situada à Rua Amadeu Alves Toledo nº. 310 / Centro em Uruana-Goiás, atua no mercado há 17 anos, industrializando e comercializando uma variedade de roupas infanto-juvenil com qualidade, responsabilidade e compromisso com os clientes.

Sua constituição inicial na junta comercial foi dia 27/07/1989 como firma individual e hoje, após algumas alterações em sua constituição, atua como microempresa optante do simples.

A idéia de iniciar o trabalho surgiu em meados de 1985, quando a senhora Walquíria Vieira Custódio, até então proprietária de um salão de beleza decidiu, em uma visita à cidade de Anápolis, colocar em prática seus conhecimentos de costura que havia aprendido aos 13 anos de idade.

A partir daí, todo esforço e dedicação foi utilizado em prol da pequena confecção que funcionava com apenas quatro máquinas no fundo do salão, onde ela continuou trabalhando por alguns anos. Quando decidiu registrar firma contava apenas com quatro funcionárias. Mesmo assim, ela continuava a persistir nos seus objetivos.

Passou por um momento difícil em 1991 quando foi surpreendida por ladrões que levaram tudo que ela havia fabricado e destruíram o que não iam levar. Ela não desistiu, incansavelmente a proprietária tornou-se uma empreendedora e dedicou-se inteiramente ao novo projeto: começar tudo novamente.

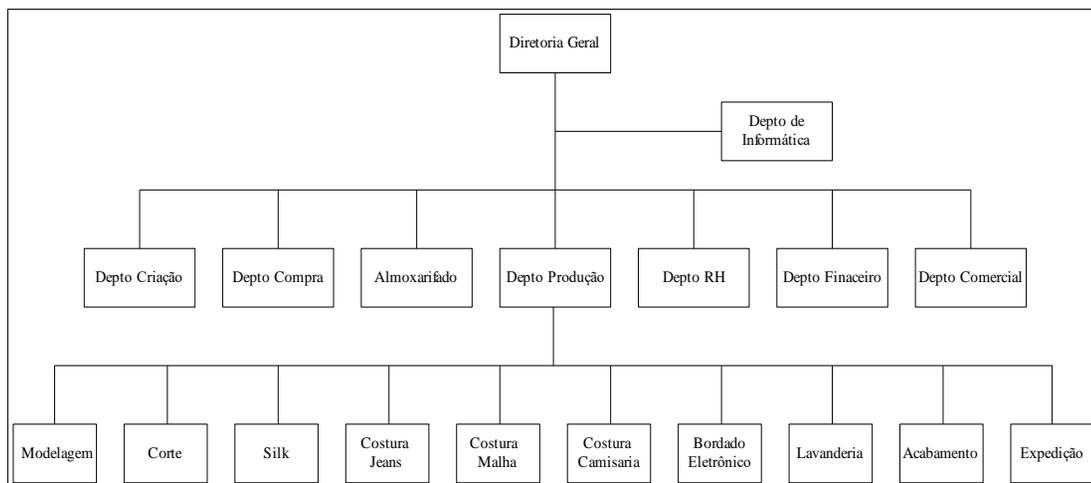
Em 1995 a senhora Walquíria passou a contar com o apóio direto de seu esposo senhor Gilson da Silva Ruiz, que a auxiliava na parte administrativa e organizacional da empresa.

Com o crescimento nas vendas e conseqüente aumento no quadro de funcionários e máquinas, foi necessário ampliar a estrutura física. No início de 1999 foi inaugurado o galpão da fábrica, onde funciona nos dias atuais. São 900 m² de área,

num total de 750 m² construídos; distribuídos em escritório, loja, galpão de costura, preparação e corte, almoxarifado, expedição, depósito, entre outros.

A empresa mantém a nobre missão de empregar bem a mão-de-obra ociosa no mercado da cidade. Portanto, ela o faz na medida de sua capacidade de absorção, mantendo sempre grande respeito ao servidor, treinando-o, profissionalizando e oferecendo um ambiente de trabalho agradável para que ele possa desempenhar de maneira satisfatória as atividades de seu cargo e mais ainda, sua função como ser humano produtivo e capaz.

Organograma:



Fonte: o autor, 2008

Número de Empregados: 49 colaboradores.

Principais metas da Empresa: Oferecer um produto de alta qualidade, buscando a satisfação e retenção dos clientes.

Produtos desenvolvidos pela empresa: Moda juvenil e infanto-juvenil.

Levantar principais recursos: lojas especializadas em moda infantil e infanto-juvenil localizadas em todo território nacional, principalmente na região Nordeste.

Caracterizar os Recursos Humanos da Empresa Levantando:

- a) Categoria dos profissionais que atuam na empresa: Os profissionais são divididos em :

Recursos humanos externo: contador e programador de sistemas.

Recursos humanos interno: diretoria geral, departamento de criação, departamento administrativo (compras, recursos humanos, financeiro, comercial), departamento de produção (modelagem, corte, silk, costura jeans, costura malha, costura camisaria, bordado eletrônico, lavanderia, acabamento), almoxarifado e expedição.

- f) Divisão técnica de trabalho: A empresa é dividida em vários setores, conforme organograma acima. Cada funcionário responde pelas atividades do seu setor, sendo que cada setor tem um encarregado.
- g) Verificar a qualificação dos funcionários dividindo em qualificados, não qualificados, e tipos de treinamentos oferecidos: Somente uma das funcionárias está cursando o 3º grau, sendo que a 2ª funcionaria concluiu somente o 1º grau.

<i>Departamento</i>	<i>Qualificação</i>					
	<i>Ens. Fund.</i>	<i>1º Grau</i>	<i>2º Grau</i>	<i>Superior Incompleto</i>	<i>Superior Completo</i>	<i>Especialização</i>
Diretoria Geral			1			
Depto. Criação				1		
Depto. Adm.			1	1		2
Depto. Produção		9	29	3		
Almoxarifado			1			
Expedição			1			

- h) Condições de jornada de trabalho: Cada funcionário trabalha 9 horas diárias de segunda a quinta-feira e 8 horas na sexta-feira, com intervalo de quinze minutos por dia.
- i) Descrever a rotatividade da mão de obra: A rotatividade é equilibrada.

ANEXOS

ANEXO A

CÓDIGO DE ÉTICA PROFISSIONAL DO ADMINISTRADOR (Aprovado pela Resolução Normativa CFA nº 353, de 9 de abril de 2008)

PREÂMBULO

I - De forma ampla a Ética é definida como a explicitação teórica do fundamento último do agir humano na busca do bem comum e da realização individual.

II - O exercício da profissão de Administrador implica em compromisso moral com o indivíduo, cliente, empregador, organização e com a sociedade, impondo deveres e responsabilidades indelegáveis.

III - O Código de Ética Profissional do Administrador (CEPA) é o guia orientador e estimulador de novos comportamentos e está fundamentado em um conceito de ética direcionado para o desenvolvimento, servindo simultaneamente de estímulo e parâmetro para que o Administrador amplie sua capacidade de pensar, visualize seu papel e torne sua ação mais eficaz diante da sociedade.

CAPÍTULO I

DOS DEVERES

Art. 1º São deveres do Administrador:

I - exercer a profissão com zelo, diligência e honestidade, defendendo os direitos, bens e interesse de clientes, instituições e sociedades sem abdicar de sua dignidade, prerrogativas e independência profissional, atuando como empregado, funcionário público ou profissional liberal;

II - manter sigilo sobre tudo o que souber em função de sua atividade profissional;

III - conservar independência na orientação técnica de serviços e em órgãos que lhe forem confiados;

IV - comunicar ao cliente, sempre com antecedência e por escrito, sobre as circunstâncias de interesse para seus negócios, sugerindo, tanto quanto possível, as melhores soluções e apontando alternativas;

V - informar e orientar o cliente a respeito da situação real da empresa a que serve;

VI - renunciar, demitir-se ou ser dispensado do posto, cargo ou emprego, se, por qualquer forma, tomar conhecimento de que o cliente manifestou desconfiança para com o seu trabalho, hipótese em que deverá solicitar substituto;

VII - evitar declarações públicas sobre os motivos de seu desligamento, desde que do

silêncio não lhe resultem prejuízo, desprestígio ou interpretação errônea quanto à sua reputação;

VIII - esclarecer o cliente sobre a função social da organização e a necessidade de preservação do meio ambiente;

IX - manifestar, em tempo hábil e por escrito, a existência de seu impedimento ou incompatibilidade para o exercício da profissão, formulando, em caso de dúvida, consulta ao CRA no qual esteja registrado;

X - aos profissionais envolvidos no processo de formação do Administrador, cumpre informar, orientar e esclarecer sobre os princípios e normas contidas neste Código.

XI - cumprir fiel e integralmente as obrigações e compromissos assumidos, relativos ao exercício profissional;

XII - manter elevados o prestígio e a dignidade da profissão.

CAPÍTULO II

DAS PROIBIÇÕES

Art. 2º É vedado ao Administrador:

I - anunciar-se com excesso de qualificativos, admitida a indicação de títulos, cargos e especializações;

II - sugerir, solicitar, provocar ou induzir divulgação de textos de publicidade que resultem em propaganda pessoal de seu nome, méritos ou atividades, salvo se em exercício de qualquer cargo ou missão, em nome da classe, da profissão ou de entidades ou órgãos públicos;

III - permitir a utilização de seu nome e de seu registro por qualquer instituição pública ou privada onde não exerça pessoal ou efetivamente função inerente à profissão;

IV - facilitar, por qualquer modo, o exercício da profissão a terceiros, não habilitados ou impedidos;

V - assinar trabalhos ou quaisquer documentos executados por terceiros ou elaborados por leigos alheios à sua orientação, supervisão e fiscalização;

VI - organizar ou manter sociedade profissional sob forma desautorizada por lei;

VII - exercer a profissão quando impedido por decisão administrativa do Sistema CFA/CRAs transitada em julgado;

- VIII - afastar-se de suas atividades profissionais, mesmo temporariamente, sem razão fundamentada e sem notificação prévia ao cliente ou empregador;
- IX - contribuir para a realização de ato contrário à lei ou destinado a fraudá-la, ou praticar, no exercício da profissão, ato legalmente definido como crime ou contravenção;
- X - estabelecer negociação ou entendimento com a parte adversa de seu cliente, sem sua autorização ou conhecimento;
- XI - recusar-se à prestação de contas, bens, numerários, que lhes sejam confiados em razão do cargo, emprego, função ou profissão, assim como sonegar, adulterar ou deturpar informações, em proveito próprio, em prejuízo de clientes, de seu empregador ou da sociedade;
- XII - revelar sigilo profissional, somente admitido quando resultar em prejuízo ao cliente ou à coletividade, ou por determinação judicial;
- XIII - deixar de cumprir, sem justificativa, as normas emanadas dos Conselhos Federal e Regionais de Administração, bem como atender às suas requisições administrativas, intimações ou notificações, no prazo determinado;
- XIV - pleitear, para si ou para outrem, emprego, cargo ou função que esteja sendo ocupado por colega, bem como praticar outros atos de concorrência desleal;
- XV - obstar ou dificultar as ações fiscalizadoras do Conselho Regional de Administração;
- XVI - usar de artifícios ou expedientes enganosos para obtenção de vantagens indevidas, ganhos marginais ou conquista de contratos;
- XVII - prejudicar, por meio de atos ou omissões, declarações, ações ou atitudes, colegas de profissão, membros dirigentes ou associados das entidades representativas da categoria.

CAPÍTULO III

DOS DIREITOS

Art. 3º São direitos do Administrador:

- I - exercer a profissão independentemente de questões religiosas, raça, sexo, nacionalidade, cor, idade, condição social ou de qualquer natureza discriminatória;

- II - apontar falhas nos regulamentos e normas das instituições, quando as julgar indignas do exercício profissional ou prejudiciais ao cliente, devendo, nesse caso, dirigir-se aos órgãos competentes, em particular ao Tribunal Regional de Ética dos Administradores e ao Conselho Regional de Administração;
- III - exigir justa remuneração por seu trabalho, a qual corresponderá às responsabilidades assumidas a seu tempo de serviço dedicado, sendo-lhe livre firmar acordos sobre salários, velando, no entanto, pelo seu justo valor;
- IV - recusar-se a exercer a profissão em instituição pública ou privada onde as condições de trabalho sejam degradantes à sua pessoa, à profissão e à classe;
- V - participar de eventos promovidos pelas entidades de classe, sob suas expensas ou quando subvencionados os custos referentes ao acontecimento;
- VI - a competição honesta no mercado de trabalho, a proteção da propriedade intelectual sobre sua criação, o exercício de atividades condizentes com sua capacidade, experiência e especialização.

CAPÍTULO IV

DOS HONORÁRIOS PROFISSIONAIS

Art. 4º Os honorários e salários do Administrador deverão ser fixados, por escrito, antes do início do trabalho a ser realizado, levando-se em consideração, entre outros, os seguintes elementos:

- I - vulto, dificuldade, complexidade, pressão de tempo e relevância dos trabalhos a executar;
- II - possibilidade de ficar impedido ou proibido de realizar outros trabalhos paralelos;
- III - as vantagens de que, do trabalho, se beneficiará o cliente;
- IV - a forma e as condições de reajuste;
- V - o fato de se tratar de locomoção na própria cidade ou para outras cidades do Estado ou do País;
- VI - sua competência e renome profissional;
- VII - a menor ou maior oferta de trabalho no mercado em que estiver competindo;
- VIII - obediência às tabelas de honorários que, a qualquer tempo, venham a ser baixadas, pelos respectivos Conselhos Regionais de Administração, como mínimos

desejáveis de remuneração.

Art. 5º É vedado ao Administrador:

- I - receber remuneração vil ou extorsiva pela prestação de serviços;
- II - deixar de se conduzir com moderação na fixação de seus honorários, devendo considerar as limitações econômico-financeiras do cliente;
- III - oferecer ou disputar serviços profissionais, mediante aviltamento de honorários ou em concorrência desleal.

CAPÍTULO V

DOS DEVERES ESPECIAIS EM RELAÇÃO AOS COLEGAS

Art. 6º O Administrador deverá ter para com seus colegas a consideração, o apreço, o respeito mútuo e a solidariedade que fortaleçam a harmonia e o bom conceito da classe.

Art. 7º Com relação aos colegas, o Administrador deverá:

- I - evitar fazer referências prejudiciais ou de qualquer modo desabonadoras;
- II - recusar cargo, emprego ou função, para substituir colega que dele tenha se afastado ou desistido, visando a preservação da dignidade ou os interesses da profissão ou da classe;
- III - evitar emitir pronunciamentos desabonadores sobre serviço profissional entregue a colega;
- IV - evitar desentendimentos com colegas, usando, sempre que necessário, o órgão de classe para dirimir dúvidas e solucionar pendências;
- V - tratar com urbanidade e respeito os colegas representantes dos órgãos de classe, quando no exercício de suas funções, fornecendo informações e facilitando o seu desempenho;
- VI - na condição de representante dos órgãos de classe, tratar com respeito e urbanidade os colegas Administradores, investidos ou não de cargos nas entidades representativas da categoria, não se valendo dos cargos ou funções ocupados para prejudicar ou denegrir a imagem dos colegas, não os levando à humilhação ou

execração;

VII - auxiliar a fiscalização do exercício profissional e zelar pelo cumprimento do CEPA, comunicando, com discricção e fundamentadamente aos órgãos competentes, as infrações de que tiver ciência;

Art. 8º O Administrador poderá recorrer à arbitragem do Conselho Regional de Administração nos casos de divergência de ordem profissional com colegas, quando for impossível a conciliação de interesses.

CAPÍTULO VI

DOS DEVERES ESPECIAIS EM RELAÇÃO À CLASSE

Art. 9º Ao Administrador caberá observar as seguintes normas com relação à classe:

I - prestigiar as entidades de classe, propugnando pela defesa da dignidade e dos direitos profissionais, a harmonia e a coesão da categoria;

II - apoiar as iniciativas e os movimentos legítimos de defesa dos interesses da classe, participando efetivamente de seus órgãos representativos, quando solicitado ou eleito;

III - aceitar e desempenhar, com zelo e eficiência, quaisquer cargos ou funções, nas entidades de classe, justificando sua recusa quando, em caso extremo, achar-se impossibilitado de servi-las;

IV - servir-se de posição, cargo ou função que desempenhe nos órgãos de classe, em benefício exclusivo da classe;

V - difundir e aprimorar a Administração como ciência e como profissão;

VI - cumprir com suas obrigações junto às entidades de classe às quais se associou, inclusive no que se refere ao pagamento de contribuições, taxas e emolumentos legalmente estabelecidos;

VII - acatar e respeitar as deliberações dos Conselhos Federal e Regional de Administração

CAPÍTULO VII

DAS INFRAÇÕES DISCIPLINARES

Art. 10 Constituem infrações disciplinares sujeitas às penalidades previstas no Regulamento do Processo Ético do Sistema CFA/CRA's, aprovado por Resolução Normativa do Conselho Federal de Administração, além das elencadas abaixo, todo ato cometido pelo profissional que atente contra os princípios éticos, descumpra os deveres do ofício, pratique condutas expressamente vedadas ou lese direitos reconhecidos de outrem:

I - praticar atos vedados pelo CEPA;

II - exercer a profissão quando impedido de fazê-lo ou, por qualquer meio, facilitar o seu exercício aos não registrados ou impedidos;

III - não cumprir, no prazo estabelecido, determinação de entidade da profissão de Administrador ou autoridade dos Conselhos, em matéria destes, depois de regularmente notificado;

IV - participar de instituição que, tendo por objeto a Administração, não esteja inscrita no Conselho Regional;

V - fazer ou apresentar declaração, documento falso ou adulterado, perante as entidades da profissão de Administrador;

VI - tratar outros profissionais ou profissões com desrespeito e descortesia, provocando confrontos desnecessários ou comparações prejudiciais;

VII - prejudicar deliberadamente o trabalho, obra ou imagem de outro Administrador, ressalvadas as comunicações de irregularidades aos órgãos competentes;

VIII - descumprir voluntária e injustificadamente com os deveres do ofício;

IX - usar de privilégio profissional ou faculdade decorrente de função de forma abusiva, para fins discriminatórios ou para auferir vantagens pessoais;

X - prestar, de má-fé, orientação, proposta, prescrição técnica ou qualquer ato profissional que possa resultar em dano às pessoas, às organizações ou a seus bens patrimoniais.

CAPÍTULO VIII

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 11 Caberá ao Conselho Federal de Administração, ouvidos os Conselhos Regionais e a categoria dos profissionais de Administração, promover a revisão e a

atualização do CEPA, sempre que se fizer necessário.

Art. 12 As regras processuais do processo ético serão disciplinadas em Regulamento próprio, no qual estarão previstas as sanções em razão de infrações cometidas ao CEPA.

Art. 13 O Conselho Federal e os Conselhos Regionais de Administração manterão o Tribunal Superior e os Tribunais Regionais, respectivamente, objetivando o resguardo e aplicação do CEPA.

Art. 14 É dever dos CRAs dar ampla divulgação ao CEPA.

Aprovado na 5ª reunião plenária
do CFA, realizada no dia 4 de
abril de 2008.

Adm. Roberto Carvalho Cardoso
Presidente do CFA
CRA/SP nº 097

ANEXO B

QUESTIONÁRIO

1- A empresa participa de algum projeto social?

() Sim () Não

Por quê?

2- A empresa ajuda financeiramente alguma entidade carente?

() Sim () Não

Justifique.

3- Você acha que a responsabilidade ambiental é só do governo?

() Sim () Não

Por quê?

4- A empresa possui algum projeto de preservação ao meio ambiente?

() Sim () Não

Por quê?

5- Você acha que as empresas precisam desenvolver políticas sociais e de preservação do meio ambiente para serem mais aceitas no mercado?

Sim Não

Justifique.

6- A empresa tem algum funcionário com mais de 50 anos?

Sim Não

Por quê?

7-A empresa oferece oportunidade de trabalho para universitários, mesmo sabendo que na maioria das vezes precisam sair mais cedo?

Sim Não

Justifique.

8- Ser sustentável é usufruir dos recursos naturais, porém, preservado-os para que as gerações futuras também possam usufruir desses recursos. Você concorda?

Sim Não

Por quê?

9- Você acha que a ética, a boa índole e a moral influenciam na imagem e nas vendas de uma empresa?

Sim Não

Justifique.

10- No seu trabalho você é estimulado a tomar decisões sempre respeitando os limites de ética e moral, ou às vezes esses fatores deixam de ser levados em consideração?

Sim Não

Por quê?

11- Se em uma certa situação dentro da organização, você tivesse que tomar uma decisão que você sabe que perante a ética e a moral são incorretas, mesmo assim você faria?

Sim Não

Por quê?

12- Você acha que para uma empresa ser eticamente correta e socialmente responsável é estar em dias com os seus impostos para que o governo faça o resto?

Sim Não

Justifique.

13- A empresa possui algum código de ética?

Sim

Não

Por quê?

DADOS DA AUTORA

Nome: BEATRIZ DOURADO DE OLIVEIRA

Número da Matrícula: 0311480501

Endereço: Rua G, QD: 15, LT: 02, Vila Bandeirantes.

Município: Uruana CEP: 76.335-000

Estado: GO

Telefone: 9658-6848

E-mail: biakjc@yahoo.com.br

Empresa: Gato Coral Confeções.

Estágio Realizado na Área: Recursos Humanos.

Responsável: Walquíria Vieira Custódio.

Cargo/Função: Encarregada do Departamento Pessoal.

Endereço: Rua Amadeu Alves Toledo, nº 310, centro.

Cidade: Uruana – GO.

CNPJ: 333.316.357/0001-32

Telefone: (62) 3344-1394

DECLARAÇÃO

Eu, CÉLIA ROMANO DO AMARAL MARIANO, RG nº 5.714.022-4, formada em Biblioteconomia pela Faculdade de Sociologia e Política da USP com diploma registrado no MEC, inscrita no CONSELHO REGIONAL DE BIBLIOTECONOMIA – CRB/1-1528, DECLARO para os devidos fins acadêmicos que fiz a revisão das citações e referências bibliográficas da monografia de conclusão de **BEATRIZ DOURADO DE OLIVEIRA** do Curso de Administração de Empresas da Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER.

Rubiataba, 30 de janeiro de 2009

Célia Romano do Amaral Mariano

Biblioteconomista – FACER

CRB/1- 1528