

A ÉTICA EXPRESSA ATRAVÉS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL:
Um estudo com alunos de uma escola de negócios, avaliando a percepção ética.

Jonatas Guilherme da Silva Martins
Patrícia Martins Fagundes Cabral

Resumo:

O presente estudo objetivou analisar a percepção ética em alunos de uma Escola de Negócios em uma Universidade privada no Sul do Brasil. A pesquisa foi realizada em duas etapas, sendo uma quantitativa e outra qualitativa. A amostra foi composta por alunos dos níveis de graduação, *lato e stricto sensu*. Os alunos participantes responderam a Escala de Percepção Comportamentos Éticos Organizacionais – EPCEO (GOMIDE et al., 2003), que foi respondida juntamente com um novo instrumento, para que pudesse aferir a percepção dos alunos também em relação à Instituição de Ensino Superior (IES) onde estudam. Além dos dados sociodemográficos para contribuir com a análise estatística multivariada a qual o estudo se propõe. Entre os principais resultados, identificou-se questões pertinentes, como a necessidade, por parte dos colaboradores em participar das tomadas de decisões empresariais, e também, na percepção de alunos do nível *stricto sensu*, em relação a participação em projetos sociais, foi identificado um resultado menor do que os outros níveis de formação avaliados. Além de outras questões pontuadas por este grupo em relação às suas organizações, tanto empresariais, quanto educacionais. Para este presente artigo, foram selecionadas apenas questões que envolvem algum aspecto a Responsabilidade Social, já que estas foram questões que marcaram resultados significativos na pesquisa.

Palavras-Chave: Ética Empresarial; Responsabilidade Social Corporativa; Instituição de Ensino Superior.

1. Introdução

Por sermos seres sociais, vivemos diariamente situações em que são necessárias escolhas norteadas por princípios e valores, que precisam ser decididos, julgados e avaliados. Através das escolhas que tomamos, a vida de outras pessoas podem ser afetadas, tanto positivamente, como negativamente. Cada decisão gera uma ação e essa ação causa transformação nos meios e nos indivíduos com os quais convivemos. Por esta razão, torna-se imprescindível a reflexão e provocação pela discussão sobre a ética.

No âmbito empresarial uma das formas de transformar estes princípios, valores, e todas as boas intenções em ações, é o desenvolvimento da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) nas empresas. Desta forma, as empresas passam a tomar decisões e medidas éticas mais evidentes, além de exercer suas funções com mais excelência e transparência.

Mas, os desafios para adotar medidas socialmente responsáveis mostram-se evidentes, pois empresas de países criadas e geradas em mundo capitalista, em geral, cresceram aprendendo apenas o viés de metas engajadas para os resultados financeiros, e agora, muitas destas empresas, estão tento que aprender a estabelecer o que Battilana, et al. (2019), chama de metas duplas, através da abordagem de organização híbrida, sendo este modelo uma forma de estabelecer metas sociais, juntamente com as metas financeiras, pois para que a empresa possa

desenvolver ainda mais sua função social, é necessário também que os recursos financeiros sejam adquiridos e a empresa esteja com os recursos financeiros em dia.

E para que isso seja possível, é necessária a inserção da educação executiva neste contexto, o papel da formação tradicional, dentro das universidades e suas escolas de negócios, além de educação corporativa, cada vez mais presente no contexto das organizações, demonstram que empresas e universidades tem um importante papel para desenvolvimento de lideranças e consequentemente a isso, organizações que adotem posturas éticas e socialmente responsáveis.

Este artigo é parte de um estudo realizado em uma Escola de Negócios, de uma Universidade Privada no Sul do Brasil, que está passando por um processo de acreditação, pela AACSB – *Association to Advance Collegiate Schools of Business*, que tem, dentre as principais exigências, a abordagem da ética nas atividades acadêmicas dos cursos pertencentes à Escola de Negócios. Nesta pesquisa, investigou-se a percepção dos alunos, dos níveis de graduação, *latu e stricto sensu*, em relação ao comportamento ético na instituição de ensino onde estudam e em relação as empresas onde trabalham. No presente artigo, serão consideradas apenas as questões referentes a percepção ética, que envolvam a responsabilidade social. Para isso foram definidos como problema de pesquisa e objetivo:

O problema de pesquisa, deste estudo é saber “Qual a percepção de alunos da Escola de Negócios de uma Instituição de Ensino Superior (IES) sobre o comportamento ético nas suas organizações e como isso se relaciona com a Responsabilidade Social? ”, e para responder está questão, o objetivo foi “Analisar a percepção de alunos profissionais da Escola de Negócios de uma IES sobre o comportamento ético em suas organizações e a relação com o tema da Responsabilidade Social”.

2. Ética & Responsabilidade Social

Quando falamos sobre ética empresarial, fica quase indissociável o termo de Responsabilidade Social, visto que alguns autores associam que empresas responsáveis são resultado de grupos de pessoas éticas. Jesus, Sarmiento e Duarte (2017) dizem que o aparecimento de conceitos como a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) veio a contribuir para que houvessem organizações mais transparentes, nas quais é efetivo o compromisso ético. Karkotli e Aragão (2004) apud Bordin e Pasqualotto (2013, p. 03) contam sobre a origem do termo Responsabilidade Social:

Os primeiros conceitos ligados à responsabilidade social surgiram em 1899, na França, onde Carnigie, fundador do Conglomerado U.S. Steel Corporation, estabeleceu dois princípios às grandes empresas. O primeiro diz respeito à caridade, onde os mais afortunados deveriam ajudar os grupos excluídos, e o segundo era o da custódia, pois as empresas deveriam cuidar da riqueza da sociedade.

Já no Brasil, segundo Sousa, Leite e Afonsêca (2006), a ideia de Responsabilidade Social passa a ser discutida ainda nos anos 1960, com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas – ADCE. Os membros que faziam parte defendiam que as organizações, além de produzir bens e serviços, tinham uma função social a ser realizada, que era para ser desempenhada a favor dos trabalhadores e bem-estar social.

Bordin e Pasqualotto (2013, p. 04) apontam que:

No entanto, não há um consenso quanto ao significado da expressão “responsabilidade social”, que pode ser entendida como um comportamento responsável no sentido ético, como uma responsabilidade ou obrigação legal, como uma contribuição caridosa, ou no sentido socialmente consciente. Sendo conhecida também como cidadania empresarial, constitui uma nova forma de gestão, onde a organização é um agente social que se preocupa com a qualidade de vida do homem em sua totalidade.

Por meio do apelo pela conscientização e o acesso às informações estarem mais próximos aos consumidores, nas primeiras décadas do século XXI, percebeu-se uma crescente mobilização das pessoas, unidas em sociedade, de empresas e de organizações que surgiram ou se destacaram com seus projetos sociais. Queiroz, Dias e Prado (2008) comentam que, um dos temas presentes nas organizações, nos dias de hoje, é a adoção de uma postura ética e socialmente responsável, pois não é mais apenas uma questão de necessidade empresarial identificada pelo gestor, e sim uma exigência de uma sociedade mais consciente dos seus direitos. Já Block et al. (2015, p. 01) comentam que “a filantropia corporativa desempenha um papel importante nas estratégias atuais de muitas grandes corporações” e dizem, também, que ajudam na reputação externa com partes interessadas, melhoram o relacionamento com a comunidade onde estão inseridas e fortalecem a imagem das empresas. Por estes motivos todos os investimentos em filantropia tem se tornado parte relevante dos planejamentos estratégicos. (BLOCK et al., 2015).

Para ajudar que organizações exerçam de maneira responsável e contribuindo com as corporações, o Sistema B, que iniciou em 2012, hoje já atua em 10 países da América Latina e tem mais de 350 empresas fazendo parte do chamado “movimento”, que, segundo o site da instituição: “Trabalhamos para uma economia onde o sucesso é medido pelo bem-estar das pessoas, das sociedades e da natureza”. (SISTEMA B, 2018). O trabalho da instituição busca “com os valores e ética, inspirar soluções coletivas”.

Mas, além deste, existem outros importantes projetos que envolvem empresas e sociedade, como o *Ethisphere Institute*, que avalia e classifica todos os anos as empresas mais éticas do mundo; o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, criado em 1998, que atua na mobilização e sensibilização, ajudando as empresas a gerir seus negócios de maneira sustentável. (INSTITUTO ETHOS, 2018).

Outra instituição que contribui na disseminação do assunto da ética no âmbito empresarial e educacional é a *Fundación Étnor* que, em 1991, iniciou como um Seminário Permanente de Ética Econômica Empresarial, em Valência, na Espanha e, mais tarde, em 1994, tornou-se a primeira fundação da área no seu país que unia empresários, diretores e acadêmicos, com o intuito de promover a ética nas organizações. (FUNDACIÓN ÉTNOR, 2018).

A ONU é uma instituição fundamental em relação à abordagem da responsabilidade social, com a definição dos 17 “*globals goals*”, definidos em 2015 por 193 países na Assembléia Geral das Nações Unidas – objetivos de desenvolvimento sustentável que buscam combater ou amenizar o impactos dos principais problemas mundiais até 2030, sendo estes problemas: pobreza, injustiça, desigualdade social e mudanças climáticas. (ONU BR, 2018).

No Brasil, segundo Lennan, Semensato e Oliva (2015, p. 459), comentam que “O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, entidade sem fins lucrativos, é dedicado à promoção da governança corporativa e atualmente se destaca como principal referência na área”. O IBGC promove palestras, fóruns, conferências, treinamentos, *networking* entre profissionais, além de produzir publicações e pesquisas. (IBGC, 2018). Lennan, Semensato e Oliva (2015) também comentam que a instituição reuniu, em 2011, mais de 1898 profissionais e 188 empresas associadas.

Com um ecossistema hoje já bem mais avançado, as empresas passam a ter uma maior responsabilidade e menos desculpas para o desenvolvimento de práticas e educação sustentável, pois, segundo Aloise, Rocha e Olea (2017, p. 84), “Dessa maneira, ações sustentáveis tornam-se importante valor, inclusive ético, a ser adotado em todos os negócios”. Até mesmo porque existem benefícios e oportunidades que podem ser desperdiçados pelas organizações que não procuram melhorar suas práticas. De acordo com Milan et al. (2017, p. 275), “ética e a responsabilidade social causam impacto positivo no sucesso das empresas, porque os consumidores fazem julgamentos éticos que influenciam suas compras”.

Na mesma linha, Aloise, Rocha e Olea (2017, p. 84) afirmam que:

O comportamento ético das organizações, relacionando as questões econômicas com o desenvolvimento sustentável, afirmam que as empresas estão se tornando mais conscientes quanto às questões ambientais e seus impactos no ambiente empresarial. Esse comportamento que denominam “ambientalismo dos negócios” (*business environmentalism*) deverá ir além do cumprimento das leis, refletindo na missão, nas políticas e nas ações organizacionais.

Para Lennan, Semensato e Oliva (2015), a RSC não está ligada apenas aos aspectos da governança, transparência e valores empresariais, mas também se debatem aspectos ligados ao meio ambiente, à relação com a comunidade, ao governo e à sociedade, à seleção, avaliação e parceria com os fornecedores, ao relacionamento com os clientes, entre outros. Ou seja, as empresas passam a se preocupar com os impactos causados fora do âmbito organizacional. Cortella (2015, p. 125) defende que “a decisão de um dilema é sempre individual. Mas as suas consequências podem afetar muitas outras pessoas”; sendo assim, refletir os impactos das decisões é imprescindível. Para a construção de uma cultura organizacional baseada na ética, as empresas necessitam reeducar seus colaboradores, começando pelas lideranças dos mais diferentes níveis hierárquicos, até os colaboradores da base. E, para que isso seja possível, Jesus, Sarmiento e Duarte (2017, p. 04) comentam que “o aparecimento de conceitos como a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) veio contribuir para que haja organizações mais transparentes, nas quais é efetivo o compromisso ético”.

Ou seja, a responsabilidade social é um meio intrínseco a uma organização que quer buscar uma definição ética para si. Conforme Bordin e Pasqualotto (2013), na década de 1980, com o surgimento do terceiro setor (organizações sem fins lucrativos e não governamentais), no segundo setor, as empresas privadas tornaram-se parceiras e/ou corresponsáveis pelo desenvolvimento social, com projetos nas mais diversas áreas, desenvolvendo, assim, políticas de responsabilidade social. Segundo Osório e Rodríguez (2018, p. 61) “Esses programas promovem o desenvolvimento da sensibilidade ética, facilitam promoção de valores éticos, promoção de tomadas de decisão éticas e de importância estratégica, mesmo que a imagem da organização não esteja em risco”.

O estudo de Block et al. (2015), realizado entre os anos de 2009 e 2011, com mais de 14.000 funcionários de 53 companhias diferentes, buscou entender quais influências e benefícios, atividades e investimentos filantrópicos causavam nos colaboradores internos das organizações. Os resultados demonstraram que os funcionários das empresas com maiores engajamentos filantrópicos apresentaram benefícios evidentes, principalmente em relação a atitudes emocionais.

3. Método

Para atender ao objetivo proposto neste estudo, foi identificada a necessidade de uma investigação de natureza descritiva e exploratória, e o levantamento de dados foi realizado através de uma pesquisa mista, ou seja, teve uma etapa quantitativa e outra qualitativa.

A pesquisa caracteriza-se como pesquisa de campo pela identificação da necessidade de verificar as questões que contemplam a abordagem da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) na percepção dos alunos da Escola de Negócios a respeito da ética em suas organizações. E isso só foi possível, através da coleta de dados efetivamente em campo.

Os participantes da amostra da pesquisa foram alunos de uma Escola de Negócios de uma universidade privada no Sul do Brasil, que fazem parte dos níveis de graduação, *lato e stricto sensu*.

A amostra quantitativa foi realizada, em sua maior parte, de forma presencial, obtendo ao todo 297 respondentes, sendo que destes, 95,62% foram presenciais e apenas os 4,37% restantes foi respondido de forma eletrônica. A pesquisa, sendo realizada presencialmente, contribuiu para o atingimento de números satisfatórios, pois, de um total de 912 alunos matriculados no Campus da cidade de Porto Alegre, sendo este o campus escolhido para a aplicação da pesquisa, se obteve um alcance de 32,56% do total da população em sua amostra. O cálculo de tamanho da amostra foi realizado através da ferramenta disponível no site *SurveyMonkey* (www.surveymonkey.com) e, considerando a população do Campus de Porto Alegre, com um nível de confiança de 95% e com margem de erro de 5%, a amostra ideal deveria estar acima de 271 respondentes; sendo assim, o tamanho da amostra realizada foi considerado satisfatório.

Na etapa quantitativa foi utilizada a Escala de Percepções de Comportamentos Éticos Organizacionais – EPCEO. (GOMIDE et al., 2003). Trata-se de um questionário, modelo *Survey*, sendo que tal escala “é resultado de um estudo empírico, no qual foram validadas as instruções, os fatores, a escala de respostas e os itens”. (SIQUEIRA, 2008, 46). A escala já foi utilizada em outras pesquisas que avaliam questões de percepção ética. Neste estudo, a escala não teve mudanças significativas, porém foi adicionado, junto a ela, um novo instrumento com com novas questões, para que fosse possível a verificação da percepção dos respondentes em relação à Instituição de Ensino Superior (IES) onde estudam, já que a escala original contemplava questões apenas em relação à organização onde os indivíduos atuavam como profissionais.

Contemplando a etapa qualitativa, foi realizado um grupo focal para discussão do tema da ética na Universidade, como também nas empresas onde os alunos atuam como profissionais. O grupo foi realizado dentro de um grupo de pesquisa da área de Gestão de Pessoas e Liderança, do qual fazem parte alunos em sua maioria de cursos da Escola de Negócios dos variados níveis de formação. O grupo focal teve 10 participantes. Durante o processo de coleta de dados, identificou-se a necessidade de saber quais medidas ou estratégias a Escola de Negócios estava adotando para inserir o tema da ética nas disciplinas dos cursos que pertencem à escola. Para isso, foi realizada uma entrevista semiestruturada com a Professora Decana da Escola de Negócios, para esclarecimento destes pontos.

Em relação a condição ética, primeiramente, é importante destacar que a IES na qual o estudo foi realizado, foi informada com antecedência sobre a intenção do estudo na Escola de Negócios da Instituição. Também foi enviada uma carta formalizando este pedido, e a mesma voltou autenticada e autorizando a realização da pesquisa, por meio de uma Carta de Anuência fornecida pela IES.

Desta forma, consonante às condições éticas, esta pesquisa atende à Resolução 466/2012 e, como tal, este projeto foi registrado na Plataforma Brasil e, conseqüentemente, submetido ao

Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade do Vale do Rio do Sinos (UNISINOS). Entre as exigências da referida Resolução, há a obrigatoriedade de que os participantes fossem esclarecidos sobre os procedimentos adotados durante toda a pesquisa e sobre os possíveis riscos e benefícios. Para isso, foi utilizado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), constando todas as informações da pesquisa, para compreensão e esclarecimento do respondente.

Entre os benefícios potenciais deste estudo, pode-se apontar a contribuição acadêmica, a identificação de lacunas na educação da ética, tanto no âmbito organizacional como no de ensino, que poderão servir de instruções e recomendações que poderão ser aplicadas na prática profissional de empresas e profissionais. E, considerando que toda investigação científica com seres humanos envolve riscos, ainda que mínimos, o presente estudo, em sua etapa de coleta de dados, poderia ter gerado algum constrangimento ou desconforto aos participantes e, neste sentido, os mesmos estavam cientes que poderiam interromper sua participação a qualquer momento, respeitando-se esta decisão. Porém, não se identificou nenhuma ocorrência de desistência entre os respondentes que assinalaram o questionário de forma presencial e o autor não foi informado de nenhum caso, em que isso pudesse ter ocorrido com os questionários eletrônicos. Além disso, o pesquisador ficou à disposição para esclarecer quaisquer dúvidas.

4. Resultados da Pesquisa

Para este artigo, foi realizada uma seleção de questões relacionadas a Responsabilidade Social, tanto em na etapa quantitativa, quanto na qualitativa. A razão pela escolha do tema, primeiramente se dá pela relevância do assunto, que obteve entre os seus resultados mais significativos diversas questões da área da RSC.

Os dados foram importados para o *software IBM® SPSS® Statistics Package for the Social Sciences* versão 22, que é “um *software* de análise estatística que fornece os principais recursos necessários para executar um processo de análise do início ao fim”. (NOVATO, 2014).

Para que fosse atestada a confiabilidade das escalas utilizadas, foram feitos testes de consistência interna, através do *Alfa de Cronbach*, que é um teste que avalia se o instrumento utilizado consegue medir ou inferir o que de fato se propõe. O resultado de α ficou em 0,72, para o instrumento com questões sobre a percepção em relação a IES, e 0,89 nas questões que compõe a EPCEO. Ambos os resultados considerados satisfatórios. Nesta etapa foram também realizados testes fatoriais confirmatórios através dos testes de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) e o Teste de Esfericidade de *Bartlett*. No instrumento de questões referentes a IES o KMO foi de 0,78, e na EPCEO, o KMO foi de 0,90. Sendo estes resultados, todos satisfatórios. O Teste de Esfericidade de *Bartlett*, obteve todos os resultados menores que 0,01, o que também é considerado um resultado favorável.

3.1. Dados da amostra

Identificou-se um maior número de homens presentes nos cursos da Escola de Negócios, chegando a 67% as respostas masculinas e 33% respostas femininas. Já a idade média dos pesquisados foi de 38,15 anos, com desvio padrão de 10,09 anos. Com isso, o coeficiente de variação dos dados foi de 26,43%. A diferença de idade entre o mais velho (61 anos) e o mais jovem pesquisado (17 anos) foi de 44 anos, o que representa uma amplitude grande de perfil pesquisado. As idades mais frequentes foram de 40 (23) e 36 anos (20). A maior concentração ficou entre 36 e 40 anos (88), representando quase 30% da amostra.

Em relação aos níveis de formação da amostra, a maior parte é composta por alunos que fazem algum curso de nível *latu sensu*, ou seja, especializações ou MBA. Com 73% da amostra total, ficando o nível de graduação com 16% dos respondentes e o *stricto sensu* com 11%.

Tabela 1 – Estatística Descritiva da Amostra de um grupo de questões referentes a percepção sobre a IES

Questões de Percepção em Relação a IES	Média	Desvio Padrão	Coefficiente de variação	Amostra
Já obtive alguma atividade, ou envolvimento com ações sociais, através dessa IES.	2,98	1,19	39,73	297
Já obtive algum tipo de capacitação, treinamento, palestra, curso sobre ética.	3,17	0,99	31,37	297
Já utilizei na prática algum ensino ético aprendido neste curso.	2,77	0,87	31,46	297

Fonte: Dados da pesquisa.

Entre as questões que compunham este instrumento, uma delas pode ser diretamente associada com o termo RSC. Na questão **“Já obtive alguma atividade, ou envolvimento com ações sociais, através dessa IES”**, na qual identificou-se um coeficiente de variação de 39,73, e também o maior desvio padrão deste conjunto de questões. O motivo para uma diferença grande entre as respostas foi identificado na entrevista com a Professora Decana da Escola de Negócios em questão. Ela fala de ações que envolvem alunos dos cursos de graduação em projetos sociais. Estas ações não estão ainda implantadas nos cursos do *lato* e *stricto sensu*, podendo ser este um dos principais fatores pelos quais houve maior diferença entre as respostas da amostra. Lennan, Semensato e Oliva (2015) comentam que a educação superior tem um importante papel no contexto de RSC – Responsabilidade Social Corporativa, e afirmam que o desenvolvimento social, a RSC e a educação superior são temas diretamente ligados desde suas origens.

Para Moldoveanu e Narayandas (2019) e Reis e Bandos (2012), existe a necessidade de aproximar o aluno da realidade, através da redução de distância entre o local onde uma habilidade é aprendida e o local onde ela é aplicada. Os autores comentam que está proximidade que a vivência proporciona aumenta significativamente as chances de o aluno colocar em prática o aprendizado adquirido.

A seguir serão apresentadas na Tabela 2, as questões que fazem parte da EPCEO, e que mostraram relações com a temática da RSC. Além dos resultados apresentados na tabela 2, foram também calculadas e comparadas as médias entre os respondentes de que desempenham ou não função de liderança, entre os participantes que exercem liderança de topo ou intermediária, entre os gêneros e níveis de formação. Alguns destes resultados poderão estar descritos a seguir, mas não serão apresentados detalhadamente neste artigo.

Tabela 2 – Escala de percepção de comportamentos éticos organizacionais – EPCEO

A empresa onde trabalho trabalho(ei)...	Média	Desvio padrão	Coefficiente de variação	Amostra
Oferece seus produtos a preços competitivos	3,56	0,58	16,24	278
Presta informações precisas e objetivas a seus clientes, quando solicitada	3,49	0,54	15,33	278
Respeita e valoriza seus clientes	3,64	0,51	14,03	278
Trata com igualdade todos os empregados	3,00	0,76	25,59	278
Busca assegurar honestidade em suas transações com seus clientes	3,70	0,49	13,28	278
Possui políticas que permitem a participação de todos nas tomadas de decisão	2,40	0,80	33,32	278
Possui políticas que são conhecidas por todos	3,04	0,77	25,47	278
Possui regras e normas que foram definidas a partir da consulta a todos os envolvidos	2,38	0,84	35,25	278
Responde, de maneira precisa, as demandas de sua clientela	3,17	0,67	21,17	278
Não modifica as regras e normas sem prévia consulta aos envolvidos	2,37	0,94	39,62	278

Fonte: Dados da pesquisa.

Na Tabela 2, estão descritas questões em relação à percepção dos respondentes em relação à empresa em que trabalham. Foi identificado que as questões **“Respeita e valoriza seus clientes”** e **“Busca assegurar honestidade em suas transações com seus clientes”** ficaram com as melhores médias, sendo 3,64 e 3,70 respectivamente, e os menores coeficientes de variação, sendo 14,03 e 13,28 respectivamente. Já as questões **“Possui políticas que permitem a participação de todos nas tomadas de decisão”**; **“Possui regras e normas que foram definidas a partir da consulta a todos os envolvidos”** e **“Não modifica as regras e normas sem prévia consulta aos envolvidos”** ficaram com as menores médias, entre 2,37 e 2,40. Estas questões apresentaram, também, os maiores índices de variação, chegando em uma das questões a um coeficiente de variação de 39,62.

Algo bastante relevante nestes resultados é que as questões que marcaram as maiores e as menores médias são referentes às mesmas áreas, sendo que as maiores médias foram referentes à percepção dos respondentes em relação à postura das suas empresas com seus clientes, e as menores médias foram aquelas referentes à participação de todos os envolvidos nas tomadas de decisões.

Quando perguntados sobre a conduta da empresa perante os clientes, a percepção dos colaboradores é bastante positiva. Com a busca pela satisfação do cliente, as exigências de mercado, e até mesmo exigências estabelecidas sobre cumprimento do código de direitos do consumidor, podem ter contribuído para que estas questões obtivessem os resultados mais

satisfatórios.

Aloise, Rocha e Olea (2017) comentam que os comportamentos de responsabilidade social das organizações devem ir além das obrigações legais, que devem também refletir na missão, políticas e ações organizacionais. Isso também porque a transparência e ações sustentáveis, em grande parte das vezes ajudam com redução de custos, incremento de vendas, além de melhorar a reputação da organização. Estes são fatores que, mais do que nunca, tornaram-se importantes para o crescimento e desenvolvimento saudável das organizações.

Já as questões que obtiveram as menores médias são justamente sobre a participação dos envolvidos nas tomadas de decisões. As tomadas de decisões sem a consulta ou sem a devida transparência criam e exercem influências sobre os indivíduos e, consequentemente, sobre a organização, que podem ser positivas ou negativas, conforme afirmam Córdoba (2015), Bitencourt (2004) e Milan et al. (2017).

No grupo focal, realizado com alunos da Escola de Negócios, uma das participantes compartilha uma experiência:

“Trabalhei numa empresa (em São Paulo), porque eles falavam ‘nós somos muito éticos’, e completavam ‘nós pagamos todos os impostos, pagamos todos os salários em dia’. É, verdade.

- Isso é obrigação.

- Agora, da relação com as pessoas, o preconceito de gênero, de raça, de cor, de opção sexual, outras mais variadas coisas, eles eram extremamente antiéticos.”
(Participante do Grupo Focal, 2018).

Waber (2019, p. 42) defende que “Fazer algo legal, mas não ético pode acarretar reação adversa severa”.

Por isso, a necessidade de reflexão sobre as responsabilidades e ações, mesmo quando apenas as obrigações são consideradas, como foi o relato da participante do grupo focal, na citação acima, que chegou a se desligar da empresa a que se refere, pois relatou não suportar todo o “resto” que, pelo ponto de vista isolado da gestão, estava tudo bem. Considerar o que pensam os membros da equipe, as pessoas envolvidas em cada situação cotidiana e nas rotinas empresariais, é necessário e importante. Quanto a isso, cabe uma frase do teólogo catarinense Leonardo Hoff, parafraseado por Cortella (2015, p.118), que diz que “um ponto de vista é a vista a partir de um ponto”. Considerar estes outros pontos é vital para pessoas e organizações.

Nos quadros 1 e 2, logo a seguir, serão apresentados alguns dos principais resultados referentes a questões que compõe a EPCEO, além de recomendações e torias para a identificação de soluções para os problemas identificados.

Quadro 1 - Principais achados e recomendações na EPCEO

Resultados	Recomendações
Na escala EPCEO, as questões referentes à participação dos colaboradores nas tomadas de decisões foram as questões que marcaram as menores médias e maiores coeficientes de variação.	• Inserção de elementos inovadores nas culturas organizacionais; • Entre as práticas identificadas em empresas de cultura inovadora foram identificados exemplos, como a fragmentação da organização

	por meio da criação de “pequenos departamentos”; • Atenção constante às necessidades dos colaboradores; • Maiores espaços para escuta e participação nas tomadas de decisões.
Teorias	
Pisano (2019) fala sobre a “cultura da inovação” e cita empresas como Google, Facebook, entre outras, com modelos de gestão descentralizados e com maior autonomia aos integrantes da equipe; Martins, Bohnenberguer e Froehlich (2018) comentam sobre atributos em relação ao mercado de trabalho atual, a busca constante por inovação, mudanças corporativas, hierarquia descentralizada e fatores, sobre o que é importante para cada indivíduo, de forma individual, como atributos importantes na definição de um “emprego ideal”.	

Fonte: elaborado pelo autor (2019)

Quadro 2 - Principais achados e recomendações na EPCEO

Resultados	Recomendações
Em questões sobre igualdade dentro do ambiente de trabalho e conhecimento das políticas internas, os resultados apresentaram um coeficiente de variação elevado. E quando as médias entre liderança de topo e intermediária foram comparadas, os líderes de topo obtiveram médias superiores nestas questões.	• Importante que o líder se certifique que está obtendo a mesma compreensão que seus liderados em relação ao respeito no ambiente em que convivem; • Elementos que podem auxiliar na evidência de um relacionamento ético entre líderes e liderados, podem ser o desenvolvimento de atributos como transparência, escuta, melhorias na comunicação e maiores poderes de decisão a todos os envolvidos.
Teorias	
Rogers (2018) buscou identificar se os funcionários se sentem respeitados por suas lideranças e identificou que este é o atributo mais importante na percepção dos subordinados; Rogers (2018) também comenta que o maior problema é que o entendimento do líder sobre respeito no ambiente de trabalho é incompleto, por isso, mesmo com esforços bem-intencionados, podem haver falhas. Schneck (2017) fez um levantamento de atributos importantes para um líder, e o atributo mais mencionado entre os participantes da pesquisa foi o atributo “ética”, seguido de outros como “transparência”, “escuta ativa” e “gestão compartilhada” entre os mais mencionados.	

Fonte: elaborado pelo autor (2019).

Considerações Finais

Ao focar em questões que possuem ligação com a Responsabilidade Social, identificou-se que foram questões que marcaram os resultados mais significativos da pesquisa. A questão sobre a participação de alunos em projetos sociais, obteve na média entre os alunos do *stricto sensu* de 1,81, sendo este o resultado mais baixo da pesquisa. Questões como esta deixam evidente a necessidade de maior incentivo e promoção de projetos com engajamento filantrópico.

Já questões referentes a EPCEO, onde o foco está no relacionamento com o cliente identificou-se bons resultados, com as médias mais altas entre as questões selecionadas e com os coeficientes de variação mais baixos. Porém, nas questões referentes a participação dos colaboradores nas tomadas de decisão e questões afins, foram percebidas médias baixas e coeficientes muito elevados. Questões como esta tem relação com direta com a Responsabilidade Social, principalmente pelo requisito transparência, que contribui para assegurar as boas práticas empresariais.

E que o assunto, a temática da ética e da Responsabilidade Social, estejam cada vez mais presentes em nossos cotidianos, em nossas conversas, em nossa ciência, em nossos negócios, e que a produção científica e acadêmica se interesse mais por estudar estes assuntos.

Que a responsabilidade social possa ser considerada pelas empresas de todos os setores, tamanhos, das mais diversas localidades. Pois a ética já é e está presente em nossas vidas, fazendo parte de nossos cotidianos. E a importância de abordá-la está na frase de Cortella (2015, p. 132), que diz que: “É necessário cuidar da ética para não anestesiarmos nossa consciência e começarmos a achar que tudo é normal”. Neves, Garrido e Simões (2015, p. 168) afirmam que “Mais do que um ponto de chegada, agir de forma ética é um caminho uma forma de estar com os outros que privilegia o bem-estar coletivo e individual”.

Seja nas universidades ou nas empresas, abordar a ética e os assuntos diretamente ligados a ela, como a responsabilidade social, traz sim renovações e reflexões que se transformam em comportamentos que auxiliam para que sigamos evoluindo e constantemente melhorando nossas relações humanas e institucionais.

Referências

ALOISE, Pedro Gilberto; ROCHA, Jefferson Marçal da; OLEA, Pelayo Munhoz. Relações entre ética organizacional, inovações ambientais e sustentabilidade. **R. Adm. FACES Journal Belo Horizonte**. v. 16 n. 2 p. 77-95 abr./jun. 2017. Acesso em 13 Mar. 2018.

BITENCOURT, Claudia Cristina. A Gestão de Competências Gerenciais e a Contribuição da Aprendizagem Organizacional. **RAE – Revista de Administração de Empresas**. Vol 44, Jan/Mar 2004. Acesso em 25 Abr 2018.

BLOCK, Emily S; GLAVAS, Ante; MANNOR, Michael J; ERSKINE, Laura. Business for Good? An Investigation into the Strategies Firms Use to Maximize the Impact of Financial Corporate Philanthropy on Employee Attitudes. **Journal Of Business Ethics**, 2015, 17 p. Acesso em 20 de Mar. 2019.

BORDIN, Danielle Pasqualotto; PASQUALOTTO, Nayara. A importância da Responsabilidade Social Empresarial para a sustentabilidade e o papel do Marketing Social. **Revista Capital Científico**, 2013, 12 p. Acesso em 12 de Abr. 2018.

CÓRDOBA, María de Pilar Rodríguez; VÉLEZ, Carlos Felipe Castaño; GÓMEZ, Valentina Osório; ARCILA, Héctor Felipe Zuluaga; URIBE, Verónica Duque. La auditoría ética: herramienta para fortalecer la integridad del carácter organizacional. **Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales**, 2006, Bogotá: Colômbia, Vol. 16, No. 27. 22 p. Acesso em: 21 Mar. 2018.

CORTELLA, Mario Sergio. **Qual é a tua obra?:** inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética 24 ed. Petrópolis: RJ: Vozes, 2015. 141 p.

CORTINA, Adela. **Construir Confiança:** ética da empresa na sociedade da informação e das comunicações. Madrid: Edições Loyola, 2003. 215 p.

ETHISPHERE INSTITUTE. Good. Smart, Business. Profit, 2018. Disponível em: < <https://ethisphere.com/>> . Acesso em 20 Abr. 2018.

FUNDACIÓN ÉTNOR. **Fundación para la Ética de los Negocios y las Organizaciones**, 2018. Disponível em: < <http://www.etnor.org/>>. Acesso em 20 Abr. 2018.

GOMIDE JR., S.; FREITAS, C.P.; SCHUCHT, L.V.G.; CARVALHO, L.L.; MACHADO, M.C.; SANTOS, M.R. Construção e validação de um instrumento de medida de percepção de comportamentos éticos organizacionais. In: **XXXIII Reunião Anual Da Sociedade brasileira de Psicologia**, 33, 2003, Belo Horizonte, Resumos de comunicação científica. Belo Horizonte: Sociedade Brasileira de Psicologia, 2003. p. 280.

GOMIDE, Sinésio Jr; FERNANDES, Marília Nunes. Capítulo 3: Comportamentos éticos organizacionais, in SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias (org.). **Medidas do comportamento organizacional:** ferramentas de diagnóstico e de gestão. Porto Alegre: Artmed, 2008. 344p. IBGC. **Instituto Brasileiro de Governança Corporativa**. 2018, Disponível em: < <https://www.ibgc.org.br/>>. Acesso em 02 Mar. 2018.

INSTITUTO ETHOS. **Empresas e Responsabilidade Social**, 2018. Disponível em: < <https://www3.ethos.org.br/>> Acesso em 20 Abr. 2018.

JESUS, Tânia Alves de; SARMENTO, Manuela; DUARTE, Manuela. Ética e Responsabilidade Social. **Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal**. 29 – 2017. University of the Algarve, Portugal. Acesso em 02 Mar. 2018.

LENNAN, Maria Laura Ferranty Del; SEMENSATO, Barbara Ilze; OLIVA, Fabio Lotti. Responsabilidade social empresarial: Classificação das Instituições de Ensino Superior em Reativas ou Estratégicas sob a Ótica da Governança Corporativa. **REGE**, São Paulo – SP, Brasil, v. 22, n. 4, p. 457-472, out./dez. 2015. Acesso em 02 Mar. 2018.

MARTINS, Jonatas G. S; Bohnenberger, Maria Cristina; Froehlich, Cristiane. Fatores que Contribuem Para a Retenção de Profissionais das Gerações X e Y nas Organizações: Análise

Comparativa entre Acadêmicos do Curso de Administração. **Revista de Administração IMED**. Passo Fundo-RS, vol. 8, n. 1, p. 78-98, Jan.-Jun., 2018.

MILAN, Gabriel Sperandio; LIMA, Vinicius Zanchet de; FERNANDES, Antônio Jorge; BAGGIO, Daniela. Ética Organizacional: Uma Análise do Perfil dos Artigos Publicados na Base de Dados Scielo entre 2000 e 2016. **Revista de Administração IMED**. Passo Fundo, vol. 7, n. 1, Jan.-Jun. 2017. Acesso 02 Mar. 2018.

MOLDOVEANU, Mihnea; NARAYANDAS, Das. O futuro do desenvolvimento de lideranças: Gaps da educação executiva tradicional estão abrindo espaço para abordagens mais adequadas e democráticas. **Harvard Business Review**. Vol. 97, Nº 03, Mar. 2019.

NOVATO, Douglas. **SPSS: O software de análise estatística**. 2014. Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/post/12702-spss-o-software-de-analise-estatistica>> Acesso em 28 Mar. 2019.

ONU BR. **Nações Unidas do Brasil**, 2018. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/>>. Acesso em: 20 Abr. 2018.

OSÓRIO, Valentina; RODRIGUEZ, Maria Del P. Modelo para la Evaluación de Programas de Ética. **Información Tecnológica** – Vol. 29, Nº 1, 2018. Caldas: Colômbia. Acesso em 13 Mar 2018.

PISANO, Gary P. A dura realidade das culturas inovadoras: A criatividade pode ser paradoxal. Elas precisam de disciplina e gestão. **Harvard Business Review**. Vol. 97, Nº 02, Fev. 2019.

QUEIROZ, Helena Maria Gomez; DIAS, Andrea Ribeiro; PRADO, Tarles Lemos do. Código de Ética: Um Instrumento que Adiciona Valor Estudo Comparado em Três Instituições Bancárias. **XXXII EnAnpad - Encontro da Anpad**. Rio de Janeiro, 6 a 10 setembro de 2008. Acesso em 02 Mar 2018.

REIS, A. L.; BANDOS, M. F. C. A responsabilidade social de instituições de ensino superior: uma reflexão sistêmica tendo em vista o desenvolvimento. **Revista Gestão e Conhecimento**. PUC – Minas, Set. 2012. Acesso em 02 Mar. 2018.

ROGERS, Kristie. Seus funcionários se sentem respeitados? Mostra-lhes que são valorizados e seu negócio vai prosperar. **Harvard Business Review**. Vol. 96, Nº 09, Out. 2018.

SCHNECK, Aurélia da Luz. **Promoção do Psycap nas instituições de ensino superior comunitárias do Rio Grande do Sul e Santa Catarina**. Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS. Porto Alegre, 2017.

SISTEMA B. 2018. Disponível em: <<https://sistemab.org/>>. Acesso em 20 Abr. 2018.

SOUSA, Francisca Ilmar de; LEITE, Francisco Tarciso; D' AFONSÊCA, Marta Guimarães. **Responsabilidade social e ética nas instituições de ensino superior públicas e privadas de Salvador – Ba**. Universidade de Fortaleza – UNIFOR. 2006. Acesso em 02 Mar. 2018.

SURVEY MONKEY. 2019. Disponível em: <<https://pt.surveymonkey.com>>. Acesso em 20 Mar. 2019.

WABER, Ben. Gestão de Pessoas: O funcionário rastreado e feliz. **Harvard Business Review**. Vol. 91, nº 02, Fev. 2019.