

ETEC PROFESSORA MARINES TEODORO DE FREITAS ALMEIDA

**GUILHERME B. GREEN
BRUNA T. M. OLIVEIRA
LUCAS F. M. COSTA**

**ÉTICA, MORAL E A RESPONSABILIDADE DAS
ORGANIZAÇÕES CONTEMPORÂNEA**

**Novo Horizonte
2016**

**GUILHERME B. GREEN
BRUNA T. M. OLIVEIRA
LUCAS F.M. COSTA**

**ÉTICA, MORAL E A RESPONSABILIDADE DAS
ORGANIZAÇÕES CONTEMPORÂNEAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Comércio da Etec Professora Marines Teodoro de Freitas Almeida, orientado pela Prof.^a Patrícia Maschio Cardoso, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Comércio.

Novo Horizonte - SP
2016

Dedico este trabalho a professora Patrícia pela paciência na orientação e incentivo que tornaram possível a conclusão deste trabalho. Nossos colegas do grupo desse tcc. Em fim agradeço a todos que me ajudaram a conseguir concluir este trabalho. (Bruna T. M. de Oliveira)

Dedico este trabalho a minha família, a escola Etec Marines Teodoro de Freitas e a Professora Patrícia Maschio a diretora Jussara e também a todos os professores da escola Etec (Lucas F. M. Costa)

Dedico este trabalho a Deus, a minha família e amigos pela paciência, colaboração e ao tempo dedicado, que foram fundamentais para a conclusão deste curso e principalmente neste trabalho monográfico. (Guilherme B Green)

AGRADECIMENTOS

Agradecemos inicialmente a Deus pela oportunidade de podermos concluir este curso, também não podemos deixar de agradecer a Professora Patrícia Maschio Cardoso pela imensa dedicação dado a nos ao longo do curso e a toda diretoria da Etec Novo Horizonte

“Tolerância, respeito, ética, conhecimento, bom humor e simpatia são bases para a construção de relacionamentos eficazes”. (Carlos Roberto Sabbi)

RESUMO

Este conteúdo tem como objetivo mostrar a importância da ética e moral na convivência interpessoal e como envolve na motivação de sua prática, e como a ética foi introduzida e abordada pelas organizações. A ética e a ciência do comportamento moral dos homens em sociedade, pois tem objetivo, leis métodos próprios, sendo que o objetivo da ética e a moral. Esta compreende um dos aspectos do comportamento humano, ou seja, o objetivo da ética e a moralidade positiva de um conjunto de regras de comportamento e formas de vida através das quais o homem tenta a realizar o valor do bem. Ética empresarial diz respeito a regras, padrões e princípios morais sobre o que é certo ou errado em situações específicas, a ética empresarial veio para que a empresa criasse uma imagem real para seu concorrente, cliente. Esses valores são os mesmos que no nosso dia a dia nos relacionamentos pessoais com a sociedade. Responsabilidade social e ambiental. Exemplo, a empresa abandona a organização hierárquica e apodera do mundo empresarial, com os valores que lhes são próprios, como iniciativa, com responsabilidade, comunicação, transparência, tranquilidade, inovação, flexibilidade, nas lúcidas lições. Em outras palavras ter uma visão de que a empresa abandona sua estrutura originária, sob o comando dos proprietários de companhia, e agora, terá que aceitar novas regras. Há uma nova forma de governo, com maior poder atribuídos aos acionistas e empregados e até a própria sociedade civil, passando a ter verdadeiros deveres, não só com os seus integrantes e acionistas, mas também com os seus consumidores, clientes e até com o meio ambiente. Nesse sentido, entende-se, assim, que um regime de completa liberdade para uma nova ordem na qual a liberdade das partes importa responsabilidade, devendo inspirar-se em princípios éticos, abandonando-se a igualdade formal para atender às situações respectivas dos contratantes, ou seja, à igualdade material.

Palavras - chave: Ética: moral : ética empresarial : Responsabilidade social e ambiental

ABSTRACT

This content aims to show the importance of ethics and morality in interpersonal coexistence and how it involves in the motivation of its practice, and its complexities to the initial times of its history and how ethics was introduced and approached by organizations. The ethics and science of moral behavior of men in society, because it has purpose, laws own methods, being the goal of ethics and morality. It comprises one of the aspects of human behavior, that is, the objective of ethics and the positive morality of a set of rules of behavior and ways of life through which man tries to realize the value of the good. Business ethics refers to rules, standards and moral principles about what is right or wrong in specific situations, business ethics has come to the company to create a real image for its competitor, client. These values are the same as in our day to day personal relationships with society. Social and environmental responsibility. For example, the company leaves the hierarchical organization and seizes the business world, with its own values, as initiative, with responsibility, communication, transparency, tranquility, innovation, flexibility, in lucid lessons. In other words have a view that the company abandons its original structure under the command of the owners of company, and now, will have to accept new rules. There is a new form of government, with greater power attributed to shareholders and employees and even the civil society itself, to have real duties, not only with its members and shareholders, but also with its consumers, customers and even the environment environment. In this sense, it is understood that a regime of complete freedom for a new order in which the freedom of the parties implies responsibility, should be inspired by ethical principles, abandoning the formal equality to take into account the respective situations of the contractors, That is, to material equality.

Key words: Ethics: moral: business ethics: Social and environmental responsibility

Sumário

INTRODUÇÃO	11
1.ÉTICA E MORAL NAS ORGANIZAÇÕES CONTEMPORÂNEA	12
1.1 Conceituação de ética e moral nas organizações	12
1.2 Definição de ética, moral e ética empresarial	13
1.3 A responsabilidade ética e moral nas empresas	15
1.4 O que é ética dentro das empresas	17
1.5 A importância da moral na convivência interpessoal	19
1.6 Éticas como fenômeno social nas relações empresariais	20
1.7 Como a moral e ética nas organizações influência na tomada de decisão	23
1.8 Ética e responsabilidade social no meio ambiente empresarial	24
1.8.1 Objetivos.....	25
1.8.2 Objetivo Especifico.....	25
1.8.3 Introdução	25
1.8.4 Ética Numa Perspectiva Histórica	26
1.8.5 Ética Empresarial	26
1.9. Responsabilidade Social das Organizações.....	28
1.10. As Organizações e o Ambiente	28
1.11. Considerações Finais.....	30
2. ESTUDO DE CASO: USINA DE AÇUCAR E ALCOOL PÉ DE CANA	32
2.1 Análises, desenvolvimento e resultados	32
2.1.1 A empresa	32
2.2 Controle de qualidade	33
2.3 Avaliações da Qualidade	33
2.4 Marketing e Propaganda.....	34
2.5 Gestão Ética.....	35
2.6 Direitos oferecido pela empresa.....	35
2.7 Benefícios oferecida pela empresa	35
2.8 Premiações.....	36
2.9 Perspectivas para o futuro.....	37
2.10 Orgulho de ser trabalhador	37
2.11 Responsabilidade Social.....	38
2.12 Considerações Finais.....	40
CONCLUSÃO	42

INTRODUÇÃO

Inicialmente iremos tratar da questão da ética empresarial e da responsabilidade social e ambiental, demonstrando a importância destas questões para a sobrevivência das organizações num mercado competitivo e globalizado.

De acordo com o dicionário, ética é definida como, do Grego *Ethos*, tem a mesma base etimológica da palavra moral, do Latim *Mores*, traduzidos como hábitos e costumes, que traduzem normas e comportamentos que se tornam habituais. A ética também compreende uma crítica sobre os fundamentos do sistema moral.

Os fundamentos da ética, desde a antiguidade, têm participado da construção do sistema de valores, como serão tratados através de três filósofos: Aristóteles, Kant e Hegel, todos em períodos distintos da história.

Atualmente a questão da ética e da responsabilidade social e ambiental, está sendo encarada como a grande oportunidade de crescimento e competitividade, ou seja, que a ética não deve ser entendida como ameaça ou obstáculo, mas como alavanca para o sucesso das empresas. No entanto, não se deve esquecer dos papéis das empresas perante a sociedade, ou seja, ficar atento as responsabilidades para com a sociedade, e não ficar preso aos interesses dos acionistas.

A Ética deve ser tratada como papel fundamental nas organizações públicas e privadas, sendo de suma importância a sua.

1.ÉTICA E MORAL NAS ORGANIZAÇÕES CONTEMPORÂNEA

1.1 Conceituação de ética e moral nas organizações

A ética empresarial é uma área que trata do comportamento e dos valores de uma empresa e seus morais hoje dentro da nossa sociedade. Qualquer empresa que queira crescer dentro da sua área de negócio, ela pode ser grande, média, pequena ou microempresas, deve ter a ética empresarial como fator para obter um maior crescimento entre concorrentes.

A palavra ética em si possui dois significados. Como ciência e como palavra. Seu significado como ciência é definido como a filosofia que estuda o comportamento moral.

E como palavra, é um termo que tem sua origem na língua grega, significado é algo que faz parte do caráter. Portanto, o significado de ética empresarial diz aos valores morais e éticos de uma empresa dentro da sua área de negócio.

Resumindo a ética empresarial veio para que a empresa criasse uma imagem real para seu concorrente, cliente. Esses valores são os mesmos utilizados em nosso dia a dia nos relacionamentos pessoais com a sociedade.

Em nossa relação com a sociedade estamos sempre se deparando com os problemas do tipo: devo sempre dizer a verdade ou existem situação em que posso mentir? Será que é certo tomar tal atitude? Devo ajudar um amigo em perigo, mesmo correndo perigo de vida? Será que posso mentir para conquistar o meu cliente?

Ao analisar o problema do comportamento ético-moral que é o nosso tema que invade todas as áreas das empresas da mesma forma é assunto presente na mídia.

Uma empresa que tem a ética como um dos seus princípios básicos, vai desenvolver potencialmente, vai crescer, e conseqüentemente, vai ter mais lucros, pois o cliente a vê como uma empresa séria e de responsabilidade. As empresas precisam ter como parte fundamental da sua existência também, a responsabilidade social e ambiental. Isso cada vez mais

tem sido notado por empresas que estão crescendo por adotarem estas posturas.

As empresas que não adotam a ética empresarial como prática constante, estão condenadas ao fracasso. A postura dessas empresas constantemente é de desrespeito com o cliente, enganação e promessas falsas como ganhar dinheiro facilmente, utilizando para isso, até métodos ilegais. Podem até alcançar sucesso momentaneamente, mas quando suas verdadeiras intenções são descobertas, caem em total descrédito.

1.2 Definição de ética, moral e ética empresarial

A ética não é algo superposto à conduta humana, pois todas as nossas atividades envolvem uma carga moral. Ideias sobre o bem e o mal, o certo e o errado, o permitido e o proibido definem a nossa realidade.

Em nossas relações cotidianas estamos sempre diante de problemas do tipo: devo sempre dizer a verdade ou existem ocasiões em que posso mentir? Será que é correto tomar tal atitude? Devo ajudar um amigo em perigo, mesmo correndo risco de vida? Será que posso mentir para conquistar o meu cliente?

Ao analisar o problema do comportamento ético-moral que hoje é o tema nos negócios que invade todas as áreas das empresas da mesma forma é assunto presente na mídia. Para Valls (1993, p.7) “a ética é daquelas coisas que todo mundo sabe o que são, mas que não são fáceis de explicar, quando alguém pergunta”. Nesse sentido pode-se dizer que, alguns diferenciam ética e moral de vários modos, mas na verdade uma completa a outra.

A fim de maior compreensão fez-se necessário uma busca nos dicionários Aurélio e o dicionário Sérgio Ximenes, no qual o sentido de ética e moral nos expressa que ética é como moral, como norma baseia-se em princípios e regras morais fixas que precisam ser seguidas para vivermos em uma sociedade mais justa.

No dicionário de Aurélio (2005, p.407), conceitua-se ética e moral como “estudo dos juízos de apreciação referentes à conduta humana suscetível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, seja relativamente a determinada sociedade, seja de modo absoluto”.

O autor Aurélio (2005, p.604), também conceitua moral como conjunto de regras de conduta consideradas como válidas, quer de modo absoluto para qualquer tempo ou lugar, quer para grupo ou pessoa determinada.

O dicionário de Sérgio Ximenes (2002, pg. 409), define ética como ciência que estuda os juízos moral referente à conduta humana, virtude caracterizada pela orientação dos atos pessoais segundo os valores do bem e da decência pública, e a moral conjunto de regras de conduta baseadas nas noções de bem e de mal, os estudos de Maximiano (1974, p.294) demonstram que a ética tem sido entendida sob várias concepções. Assim, a concepção de ética tratada pelo autor afirma que.

“A ética é como a disciplina ou campo do conhecimento que trata da definição e avaliação de pessoas e organização, e a disciplina que dispõe sobre o comportamento adequado e os meios de implementá-lo levando-se em consideração os entendimentos presentes na sociedade ou em agrupamentos sociais particulares”.

Reale (1999, p.29 apud Ourives, 2006, p.2) também afirma que a ética é a ciência normativa dos comportamentos humanos.

Segundo esses autores, a ética é como um conjunto de normas no qual o ser humano deve seguir para ser respeitado na sociedade. Já Nogueira, (1989, p.5), conceitua a ética de uma forma um pouco diferente dos demais autores citados.

Godim, (2005, p.6), define a ética como o estudo geral do que é bom ou mal, para ele um dos objetivos da ética é a busca de justificativa para as regras propostas pela moral pois é diferente, pois não estabelece regras está reflexão sobre a ação humana diz que a moral estabelece regras que são assumidas pelas pessoas como uma forma de garantir o seu bem-viver a moral depende das fronteiras geográficas e garante uma identidade entre pessoas que se quer se conhece, mas utilizam este mesmo referencial comum.

Em um outro entendimento Moreira (1999, p.28, apud, Ourives, 2006, p3), conceitua ética empresarial como “o comportamento da empresa entendida lucrativa quando age de conformidade com os princípios morais e as regras do bem proceder aceitas pela coletividade (regras éticas) ”.

Na definição de Denny (2001, p.134), não há distinção entre moral e ética, a ética empresarial, para ele consiste na busca do interesse comum, ou seja, do empresário, do consumidor e do trabalhador. Os dois autores explicam que as empresas devem seguir as regras e os princípios morais, e que as empresas imorais não são autênticas empresas.

1.3 A responsabilidade ética e moral nas empresas

A empresa tem sido entendida, doutrinariamente, como uma atividade econômica organizada, exercida profissionalmente pelo empresário, através do estabelecimento. (BULGARELLI, WALDIRIO. 1993 p. 22). Para um melhor entendimento uma empresa é uma organização particular, governamental, ou de economia mista, que produz e oferece bens e/ou serviços, com o objetivo de obter lucros.

Ética empresarial diz respeito a regras, padrões e princípios morais sobre o que é certo ou errado em situações específicas.

Serão apresentadas algumas definições de ética empresarial, para um melhor entendimento sobre sua importância.

Segundo Arnold Wald (1999, p.5), manifestando sobre a crescente importância da ética expressa que, evoluímos, assim, para uma sociedade em que alguns denominaram.

“Pós-capitalista” e outros “neocapitalista” ou, ainda, “sociedade do saber”, caracterizada pela predominância do espírito empresarial e pelo exercício da função reguladora do direito. O Estado reduz-se a sua função de operador para torna-se o catalisador das soluções, o regulador e o fiscal da aplicação da lei e a própria administração se desburocratiza. O espírito empresarial, por sua vez, cria parcerias que se substituem aos antigos conflitos de interesses que existiam, de modo latente ou ostensivo, entre o poder público e a iniciativa privada.

A sociedade contemporânea apresenta um novo modelo para que a empresa possa progredir e o Estado evolua adequadamente, mediante a mobilização construtiva de todos os participantes, não só do plano político, pelo voto, mas também no campo econômico, mediante várias formas de parcerias, com base na confiança e na lealdade que devem presidir as relações entre partes.

Neste contexto, a empresa abandona a organização hierárquica e apodera do mundo empresarial, com os valores que lhes são próprio, como iniciativa, com responsabilidade, comunicação, transparência, tranquilidade, inovação, flexibilidade, nas lúcidas lições. Em outras palavras Denny (2001, p.134), tem uma visão de que a empresa abandonando sua estrutura originária, sob o comando dos proprietários de companhia, e agora, terá que aceitar novas regras. Já nos dizeres de Wald (1989, p.5), há uma nova forma de governo, com maior poder atribuídos aos acionistas e empregados e até a própria sociedade civil, passando a ter verdadeiros deveres, não só com os seus integrantes e acionistas, mas também com os seus consumidores, clientes e até com o meio ambiente.

Nesse sentido, entende-se, assim, que um regime de completa liberdade para uma nova ordem na qual a liberdade das partes importa responsabilidade, devendo inspirar-se em princípios éticos, abandonando-se a igualdade formal para atender às situações respectivas dos contratantes, ou seja, à igualdade material. (OURIVES, 2006, p.6).

Na questão ambiental houve também uma grande transformação de valor, que segundo IBID (2000, p. 164 apud Ourives2006, p6), "transformou-se em um valor permanente para a sociedade, de forte conteúdo ético". Assim, protegê-lo, tornou-se um imperativo para todos os habitantes da Terra, exigindo que cada um se conscientize dessa grande necessidade, requerendo esforço comum, em resposta aos desafios do futuro. Com todas essas transformações hoje as exige-se que empresas promovam o desenvolvimento sustentável (1), conforme tem insistido a Câmara de Comércio Internacional.

Entende também Santos (1999, apud Ourives, 2006. p.6) que nos dias de hoje é preciso pensar e pensar rápido, com coragem e ousadia, numa nova ética, para o desenvolvimento.

Em uma ética que transcenda a sociedade de mercadoria, da suposta generalização dos padrões de consumo dos países ricos para as sociedades periféricas, promessa irrealizável de certos correntes desenvolvimentistas do passado e dos neoliberais de hoje. Tal promessa não passa de um jogo cheio premissas falsas, devido a obstáculos políticos criados pelos países ricos (que brecam a generalização da riqueza) e as limitações impostas pela base de recursos naturais. Ou seja, as limitações ecológicas

inviabilizam (devido ao efeito estufa, destruição da camada de ozônio, dilapidação das florestas tropicais etc.) a homogeneização para toda a Humanidade dos padrões suntuários do consumo.

1.4 O que é ética dentro das empresas

“Ética é a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade”. (Adolfo Vasquez)

A importância da ética nas empresas cresceu a partir da década de 80, com a redução das hierarquias e a consequente autonomia dada a pessoas. Agir corretamente hoje não é só uma questão de consciência. É um dos quesitos fundamentais para quem quer ter uma carreira longa e respeitada.

Empresas são formadas por pessoas e só existem por causa delas. Por trás de qualquer decisão aparentemente simples, muitas carreiras que poderia obter sucesso podem virar um fracasso, todo o esforço virar em vão. Basta um erro, um deslize, e pronto. A imagem do profissional ganha no mercado como desconfiança. Pois pessoas têm de costume lembrar melhor do erro alheio do que a ação que fez o bem a ele.

Ser ético é uma característica fundamental. Cada vez mais as organizações estão adotando o hábito de checar o passado dos candidatos a alguma vaga.

Ser ético nada mais é do que agir correto, levar sua carreira bem, sem prejudicar os que relacionam com a sua empresa, que são concorrentes, clientes e outros. É ser altruísta, é estar tranquilo com a consciência pessoal. É também agir de acordo com os valores morais de uma determinada sociedade e conhecer o seu público para não ocorrer falha ao lidar com eles.

Qualquer decisão ética tem por trás um conjunto de valores fundamentais. É ser honesto em qualquer situação, ter coragem para assumir decisões, ser tolerante e flexível, educado, fiel, humilde e ser objetivos.

Portanto quanto mais uma organização se destaca no mercado, mais se deve preocupar com as relações éticas. Errar é humano, mas falhas éticas destroem carreiras e organizações.

Para saber se uma empresa é ou não ética é preciso verificar a maneira como ela se planeja e cria soluções para evitar erros e problemas.

Prevenir é a palavra que vem em primeiro lugar em qualquer organização que valorize a ética nos seus negócios e no ambiente de trabalho.

Para lidar com a ética na organização gera questões extremamente delicadas. Pois na maioria das vezes são fatores íntimo. A decisão sempre varia de pessoa para pessoa, de consciência para consciência. Cada um tem seus limites, cada um tem seu ponto de vista por suas crenças e pelas leis, e deve segui-los.

Alguns exemplos de condutas antiéticas.

- A empresa diz não ter preconceito, mas não possui nenhum trabalhador negro
- A contratação de pessoal do concorrente para obter informação
- Subfaturar os produtos
- Dois concorrentes combinam abaixar o preço de um produto para liquidar um terceiro.
- Violar o meio ambiente;
- Vender sonho ao invés de produto: propaganda de um sabão que vende o sonho de uma viagem para a Europa, por exemplo, e não o produto.

Alguns exemplos de conduta ética para ser seguida.

- Não faça nada que não possa assumir em público.
- Avalie detalhadamente os valores da sua empresa. Certifique-se de eles combinam com os seus.
- Trabalhe sempre com base em fatos. Não julgue baseando-se em suposições.
- Avalie os riscos de cada decisão que tomar. Meça, cuidadosamente, as consequências do seu ato em relação a todos os envolvidos.
- Uma empresa ética exige não apenas produtos e serviços de qualidade, mas também de conteúdo ético: recolher impostos, remunerar dignamente, preservar a ecologia, o meio ambiente, interagir com lealdade e participar da comunidade.
- Saiba ouvir. É aconselhável ouvir mais do que falar, especialmente em se tratando de reclamações e consultas de clientes.

Ser e manter-se um profissional ético não é fácil de administrar, principalmente para nós brasileiros que fomos criados sob a ética da Lei de Gerson, do jeitinho, da vantagem acima de tudo. Socialmente aprendemos que é preciso fazer o correto, mas na informalidade impera a ideia de que não há nada de errado em levar vantagem. Há corruptos em outros lugares do mundo, mas no Brasil pequenos delitos são apoiados e até elogiados por amigos e pela família.

Agir eticamente sempre foi e será uma decisão pessoal. Nunca se esqueça, porém, de que esse costuma ser um caminho sem volta. Para o bem ou mal

“Vigie seus pensamentos, porque eles se tornarão palavras; Vigie suas palavras, porque elas se tornarão atos; Vigie seus atos, porque eles se tornarão seus hábitos; Vigie seus hábitos, porque eles se tornarão seu caráter; Vigie seu caráter, porque ele será o seu destino”. (poeta anônimo americano).

1.5 A importância da moral na convivência interpessoal

A ética pertence ao caráter e está relacionada ao bom viver humano, ao bom relacionamento humano, ao comportamento interpessoal, à melhor forma de conviver com as pessoas, uma atitude de dentro para fora do ser humano, ao passo que a moral é regida por normas e leis e caracteriza, portanto, uma atitude de fora para dentro.

Isto posto, a ética tem grande importância na vida profissional, pois está diretamente relacionada ao nosso comportamento e nosso relacionamento com as pessoas, visando o melhor convívio. Nas empresas burocráticas, como já discutimos, esta convivência é complexa pois o que se relaciona são cargos e funções, e não pessoas, e as decisões são autoritárias, nas mãos de um chefe, não existindo a autonomia. Porém, nas empresas cujo modelo de relacionamento é contemporâneo, ou seja, primam pelo bom convívio, pelo bom relacionamento, pela inovação, pela autonomia, onde o líder é, além de um facilitador, um educador, a ética passa a ser relevante, pois não há como pensarmos em uma empresa que visa o bom relacionamento contar com pessoas antiéticas, cujos pensamentos não são virtuosos (bondade, gentileza, domínio próprio, temperança, paciência, amizade, entre outros) e sim

viciosos (vulgaridade, libertinagem, orgulho, zombaria, vaidade, inveja, entre outros vícios).

A postura ética, portanto, é de suma importância para nossa vida profissional e manter as atitudes éticas faz com que os colaboradores alcancem a eficiência através da obediência à legislação e diretrizes da organização. Além disso, manter uma postura ética organizacional poderá levar o colaborador a conquistar seus sonhos, pois terá uma vida pautada em cumprir as regras fielmente.

Algumas empresas adotam códigos de conduta como forma de criar regras e diretrizes de atuação e comportamento de seus colaboradores como um todo, em todos os escalões. Uma questão reflexiva que impomos é: que atitudes uma pessoa deveria tomar quando soubesse de um caso de assédio sexual dentro da organização e o personagem pelo assédio era um colega que a indicaria para um novo cargo de maior prestígio. Inúmeros entendimentos podem existir sobre a postura da ouvinte, da vítima e do assediador, porém olhando pelo prisma da ética e do código de conduta, podemos concluir que a vítima deveria denunciar o desvio de comportamento ético e moral às autoridades responsáveis pela fiscalização do código.

Um conselho de ética faria o direito de defesa, julgamento e punição aos que ferirem o código. Empresas que atuam observando o código de conduta criam um clima moral que leva seus colaboradores a terem um melhor desempenho, trabalham mais confiantes e mais satisfeitos, e isto reflete diretamente na imagem da empresa para os clientes e fornecedores.

1.6 Éticas como fenômeno social nas relações empresariais

O objetivo deste trabalho monográfico no campo das relações entre ética, empresas e sociedade, busca explicar o contexto histórico e social as relações sociais, sobretudo em função dos interesses e da posição ocupada no espaço social na qual tende a ressaltar determinados aspectos e princípios existente. Um razoável entendimento, ou “consenso mínimo”, hoje em dia, quanto ao fato de que uma empresa socialmente responsável deve demonstrar três características básicas: a) reconhecer o impacto que causam suas

atividades sobre a sociedade na qual está inserida; b) gerenciar os impactos econômicos, sociais e ambientais de suas operações, tanto a nível local como global; c) realizar esses propósitos através do diálogo permanente com suas partes interessadas, às vezes através de parcerias dos outros grupos e organizações.

Ora, optar por um modelo de gestão que se baseia na participação democrática dos diversos grupos de interesse de uma empresa implica, evidentemente, no reconhecimento - e na tradução em termos concretos - de uma vontade coletiva mais ampla e representativa do que aquela ditada simplesmente pelo retorno financeiro e pelo curto prazo. Porém, esse imperativo lógico da responsabilidade social pode ser (e é) facilmente acusado de entrar em contradição com alguns pressupostos fundamentais da teoria econômica clássica e neoclássica, tais como os direitos de propriedade, a separação entre o que é atribuição do Estado ou da iniciativa privada, e a dinâmica natural – “mão invisível” - do mercado.

Não obstante a incompatibilidade de origem entre maneiras diametralmente opostas de compreender o mundo, vários autores partidários do viés normativo, ou do contratual, não hesitam em fazer uso de proposições utilitárias para reforçar seus argumentos. Entretanto, existe certamente uma diferença abissal, irreconciliável, entre considerar que:

O comportamento X é intrinsecamente bom, desejável, conducente ao bem comum, e, portanto, imperativo, do ponto de vista moral – independentemente de suas consequências;

O comportamento X é presentemente legítimo, e decorre de acordos e contratos sociais, explícitos ou implícitos, fundados nas noções de justiça e igualdade.

O comportamento X é instrumental para a consecução dos objetivos últimos do sujeito, e, portanto, útil apenas enquanto cumprir esta função.

Soam de certo modo inconsistentes os discursos – sobretudo os acadêmicos! – onde, à afirmação dos “direitos legítimos das partes interessadas”, sejam justapostas demonstrações de quanto o diálogo com esses atores contribuiu para os resultados financeiros da companhia... Ao

assimilar a RSE a uma ferramenta estratégica, os adeptos da abordagem utilitária reafirmam a primazia da finalidade econômica da empresa – algo que vai em sentido contrário às teorias contratuais, as quais tentam relativizar essa finalidade única em benefício de uma concepção mais ampla e democrática do papel da empresa na sociedade.

Por outro lado, para os defensores da vertente normativa, um ato não pode ser motivado simultaneamente por considerações éticas, fruto de uma racionalidade substantiva, e por considerações econômicas, típicas de uma racionalidade instrumental. Sendo assim, afirmar que um ato ético (no caso, a RSE) é do interesse econômico da firma não faz sentido. Do ponto de vista filosófico, esta é uma afirmação contingente, e não necessária – irrelevante, portanto, para aquelas justificativas à RSE que buscam respaldo teórico no campo de uma ética das convicções. Entretanto, resta saber também se faz algum sentido falar em imperativos morais no nível organizacional, estando a empresa inserida num sistema social capitalista onde as regras do jogo já estão dadas a priori.

Na verdade, como diz JONES (1996), o discurso sobre a RSE, sejam quais forem as justificativas teóricas sob as quais se apresente - visto que na prática todas acabam por reforçar-se mutuamente, apesar das divergências de fundo - comporta uma forte dimensão ideológica, a qual possui consequências materiais importantes para todos os atores envolvidos, na medida em que contribui para legitimar e manter a hegemonia do mercado sobre diversas questões de natureza pública e política.

A ideia de um “capitalismo benigno” mistifica as verdadeiras forças que impulsionam a atividade empresarial, assim como as pressões - muito concretas e urgentes - por eficiência e lucratividade a que firmas e gestores estão submetidos (JONES, 1996). Mais que isso, contribui para reforçar as teses da cartilha neoliberal, as quais preconizam a iniciativa individual e privada como resposta à ineficiência burocrática do Estado e também como prevenção à politização de conflitos sociais (PAOLI, 2002). Em suma, o tão debatido conceito de RSE acaba servindo para que se evite qualquer questionamento ético efetivamente radical, e conseqüente, a respeito das relações entre empresas e sociedade, porque desloca o debate para o

nível organizacional – quando o que este debate de fato pressupõe, e exige, é que se coloque em causa a própria ordem institucional.

1.7 Como a moral e ética nas organizações influencia na tomada de decisão

Existem quatro abordagens principais para a tomada de uma decisão ética e muitas vezes são elas mesmo que acabam por nos colocar em situações de difícil escolha. A abordagem utilitária (“o conceito ético de que os comportamentos morais produzem um bem maior para um número maior”), a abordagem individualista (“o conceito ético de que as ações morais quando elas promovem os melhores interesses no longo prazo do indivíduo, o que basicamente leva a um bem maior”), a abordagem da moral e dos direitos (“o conceito ético de que as decisões morais são aquelas que melhor mantém os direitos das pessoas afetados por elas”) e a abordagem da justiça (“o conceito ético de que as decisões morais precisam ser baseadas nos padrões de equidade, justiça e imparcialidade”).

Na abordagem utilitária o mais importante é fazer uma escolha que beneficie a maioria das pessoas. Um problema existente neste tipo de abordagem é que às vezes só são consideradas as pessoas afetadas diretamente e acabam por desconsiderar pessoas afetadas indiretamente. Em minha opinião todas as pessoas afetadas diretamente ou indiretamente devem ser levadas em conta. Por exemplo, uma empresa que inventa um estimulante para as vacas produzirem mais leite, proporcionando uma maior produção para os fazendeiros, porém, muitas vezes as vacas contraem doenças extremamente dolorosas e o leite sai contaminado, o que prejudicava indiretamente os consumidores.

A próxima é a abordagem individualista na qual o livro defende como sendo muito boa no longo prazo, porém eu discordo completamente desta opinião. Caso a pessoa tenha um pensamento individualista mesmo sendo em longo prazo isto pode vir a prejudicar muitos, a sua volta. No século passado este pensamento foi totalmente aplicado na maioria das empresas que acabaram por virar as costas para as questões ambientais. Agora nos nós encontramos no meio de uma crise ambiental na qual a boa parte dos especialistas fala da possibilidade de não conseguirmos reverter-la. Por isso

acredito que este tipo de abordagem na qual só é levada em conta o bem estar individual não é ético quando aplicado ao mundo dos negócios.

A terceira é a abordagem da moral e dos direitos que acredito ser a mais certa e ética do meu ponto de vista. Este tipo de abordagem acaba por considerar vários tipos de direitos tais como; os direitos de consentimento livre, o direito à privacidade, o direito à liberdade de consciência, o direito de liberdade de expressão, o direito a um processo justo, e o direito à vida e a segurança. Mesmo está sendo a mais sensata de todas, acredito ser uma das menos aplicadas no mundo de hoje, embora este cenário esteja mudando.

Há também a abordagem da justiça que tende a ser bastante justa e deve ser aplicada de acordo com um regulamento interno da empresa. Assim ela é bastante similar ao pensamento subjacente ao domínio da lei. Neste caso acredito que este tipo de abordagem pode ser bastante útil caso o regulamento seja redigido corretamente, pois do que adiantam leis se elas não forem pensadas para o bem comum.

Assim estes tipos de abordagens são muito diferenciados e cabe ao gerente saber escolher qual aplicar e qual não aplicar de acordo com seus valores.

1.8 Ética e responsabilidade social no meio ambiente empresarial

Este artigo tem o intuito de demonstrar ao administrador, que ética e responsabilidade social e ambiental, são ideias que estão no centro das tendências mais importantes da administração contemporânea, fatos que tornaram essenciais para o sucesso do administrador do terceiro milênio. Dentro deste contexto, demonstrando também a evolução da ética, bem como as dificuldades que as pessoas encontram em identificar e procurar caminhos para solucionar os problemas advindo destas questões, ou seja, encontrar respostas para a seguinte pergunta: Por que a ética e a responsabilidade social e ambiental têm aparecido como uma estratégia, não apenas de sobrevivência, mas, sobretudo de expansão dos negócios?

1.8.1 Objetivos

Analisar a importância da aplicação da ética empresarial e, da responsabilidade social e ambiental das organizações, uma vez que estas são questões essenciais para o progresso de uma organização do terceiro milênio.

1.8.2 Objetivo Específico

Analisar os conceitos de ética e sua abrangência na administração das organizações.

- Demonstrar a evolução da ética através de três filósofos: Aristóteles, Kant e Hegel.
- Identificar a relação e os problemas relacionados à ética empresarial e a responsabilidade social e ambiental, com o melhoramento do desempenho das organizações.
- Buscar soluções alternativas para as questões tratadas neste artigo.

1.8.3 Introdução

Este trabalho tem como objetivo enfatizar a questão da ética empresarial e da responsabilidade social e ambiental, demonstrando a importância destas questões para a sobrevivência de uma organização.

De acordo com o dicionário, ética é definida como, do Grego Ethos, tem a mesma base etimológica da palavra moral, do Latim Mores, traduzidos como hábitos e costumes, que traduzem normas e comportamentos que se tornam habituais. A ética também compreende uma crítica sobre os fundamentos do sistema moral.

Os fundamentos da ética, desde a antiguidade, têm participado da construção do sistema de valores, como serão tratados através de três filósofos: Aristóteles, Kant e Hegel, todos em períodos distintos da história.

Atualmente a questão da ética e da responsabilidade social e ambiental, está sendo encarada como a grande oportunidade de crescimento e competitividade, ou seja, que a ética não deve ser entendida como ameaça ou obstáculo, mas como alavanca para o sucesso das empresas. No entanto, não se deve esquecer dos papéis das empresas perante a sociedade, ou seja, ficar atento as responsabilidades para com a sociedade, e não ficar preso aos interesses dos acionistas.

1.8.4 Ética Numa Perspectiva Histórica

A ética vem sendo estudada e discutida, desde a antiguidade, com base nos valores e costumes da sociedade, exemplo disto foi o filósofo Aristóteles (384 – 322 a. c.), que criou uma ética baseada nas virtudes e no bem-estar das pessoas, definida com o termo “Fins do Ser Humano”, ou seja, envolve os objetivos a curto prazo e os seus projetos de vida, tendo a razão e a virtude como meios de encontrar a felicidade. Segundo Aristóteles, “Não se estuda ética pra saber o que é virtude, mas, para aprender a tornar-se virtuoso e bom; de outra maneira, seria um estudo completamente inútil.” (ARISTÓTELES, apud ARRUDA, 2003 p. 43).

Na Idade Moderna o conhecimento humano se pauta pela razão em detrimento da fé, tendo como filósofo principal Kant (1724 – 1804). Ele buscava uma ética universal baseada na igualdade entre os homens, não podendo exigir do próximo o que não se exige de si próprio. A ética kantiana pode ser considerada como a ética do dever, onde a moral tem a ver com a racionalidade do sujeito, e não basicamente com aspectos exteriores como leis, costumes e tradições.

Já Hegel (1770 – 1831), vincula a ética à História e à Política, baseada nas atitudes do homem na sociedade Política e no momento histórica. Atualmente a tendência é valorizar a posição de liberdade, enquanto o ideal da ética privilegia o aspecto pessoal da ética, como a autenticidade e a busca de uma vida mais justa, procurando despertar nos indivíduos uma consciência ética e crítica em prol de uma sociedade mais livre e mais humana.

1.8.5 Ética Empresarial

Dentre as razões que têm impulsionado a ética no ambiente empresarial destacam-se os altos custos de escandalosos nas empresas, acarretando perda de confiança na reputação, multas elevadas, desmotivação dos empregados, entre outros. Dentro deste contexto, podemos citar algumas razões para o “surgimento” da ética empresarial, como: urgência em recuperar a confiança na empresa; necessidade de tomar decisões à longo prazo; responsabilidade social das empresas; necessidade de uma ética nas

organizações que estabeleça o papel do diretor e o meio para recuperar a comunidade frente ao individualismo.

Devido à necessidade de fundamentar a ética empresarial, surge a introdução dos chamados “Códigos de Ética Empresarial”, que oferece as seguintes vantagens:

“Ajudar a difundir os elementos da cultura organizacional, melhora a reputação da empresa, oferece proteção e defesa contra processos judiciais, melhora o desempenho da empresa, melhora o comportamento dos subordinados (honestidade e fidelidade), cria um clima de trabalho integral e de perfeição, criar estratégias para evitar erros em matéria de ética, assimilar as mudanças da organização, estimular comportamentos positivos, ajudar a satisfazer a necessidade do investidor, ajudar a proteger os dirigentes de seus subordinados e vice-versa.” (MERCIER, 2004 p. 98).

Ao analisarmos a ética no contexto empresarial precisamos inicialmente compreender sua dimensão nas empresas e a relação com a moral da empresa e do ser humano:

“A ética dos negócios é o estudo da forma pela qual normas morais, pessoais se aplicam à atividade e aos objetivos da empresa comercial. Não se trata de um padrão moral separado, mas do estudo de como o contexto dos negócios cria seus problemas próprios e exclusivos a pessoa moral que atua como um gerente desse sistema” (NASH, 1993 p. 93, apud BOWDITCH).

Outro problema relacionado à ética nas organizações é o excesso de burocracia, ocasionando insatisfação dos clientes. Dentro do cenário brasileiro está se formulando uma nova forma de trabalho, nela a ética é considerada como grande interesse empresarial e fator de competitividade, atraindo maior confiabilidade e consistência.

Neste contexto, os valores mais importantes são: o talento, a inteligências, o relacionamento e a marca. Onde a responsabilidade social tem papel predominante, com relação a esses valores. O relacionamento com a comunidade, deve seguir padrões éticos, no sentido de estimular o compromisso social das empresas.

1.9. Responsabilidade Social das Organizações

A responsabilidade social é uma exigência básica à atitude e ao comportamento ético, através de práticas que demonstrem que a empresa possui uma alma, cuja preservação implica em solidariedade e compromisso social.

A preocupação das empresas com as causas sociais tem se tornado uma questão estratégica e de sobrevivência, pois durante anos as empresas só se preocupavam com a qualidade de seus processos, hoje um bom produto, serviço e preço competitivo deixou de ser vantagem e passou a ser obrigação, juntamente com qualidade no relacionamento com os diversos públicos estratégicos.

Atualmente as empresas devem ficar atentas a temas como: erradicação do trabalho infantil, regularizar o trabalho do adolescente, prorrogação do período de licença maternidade e defesa de um meio ambiental sustentável. Ou seja, as empresas, cada vez mais, passa a assumir o papel de empresa cidadã, conforme os interesses e necessidade da sociedade.

Mesmo porque, a busca pela consolidação de uma imagem socialmente responsável faz com que o meio empresarial busque formas de melhorar seu relacionamento com o meio ambiente e a sociedade, de modo a contribuir para o desenvolvimento social e econômico, do qual depende para sua sobrevivência. Por este motivo, seja de forma espontânea, ou por pressão da sociedade, as empresas públicas e privadas tem o dever de assumir uma postura consciente e responsável pelo bem-estar da sociedade onde exerce sua atividade.

1.10. As Organizações e o Ambiente

Nos últimos anos, cresceu o interesse das empresas em relação a danos provocados ao meio ambiente e, no futuro das relações entre a sociedade e o ambiente. De modo geral o ambiente é considerada uma questão sistêmica, envolvendo todas as noções e o comportamento de cada pessoa, pois as necessidades humanas precisam ser atendidas por algum tipo de produto ou serviço que, por sua vez, cobra um preço da natureza. De forma desequilibrada a produção de bens e serviços irá comprometer a capacidade de renovação dos recursos naturais e a qualidade de vida, ou seja, se

continuarmos desta forma a sobrevivência da espécie humana ficará comprometida pelo atendimento de suas necessidades.

Em busca de soluções, muitos governos estão restringindo algumas atividades econômicas que exerça algum pito de impacto sobre o ambiente, exigindo das organizações a inclusão do ambiente em suas práticas administrativas, por meio do desenvolvimento sustentável e respeito da legislação ambiental.

A ideia de desenvolvimento sustentável foi estabelecida pela Comissão Mundial do Ambiente e do Desenvolvimento como: “O desenvolvimento que atende as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de atendimento das necessidades das gerações futuras.”

Já o conceito de desenvolvimento sustentável vai além da simples preservação dos recursos da natureza:

“... é um processo participativo que cria e almeja uma visão de comunidade que respeita e usa com prudência todos os recursos – naturais, humanos, feitos pelas pessoas, sociais, culturais, científicos, e assim por diante. A sustentabilidade procura garantir, o máximo possível, que as gerações atuais tem elevado o grau de segurança econômica e possam ter democracia e participação popular no controle das comunidades. Paralelamente, as gerações atuais devem manter a integridade dos sistemas ecológicos dos quais dependem toda a vida e a produção. Devem também assumir responsabilidades em relação às gerações futuras, para deixar-lhes a mesma visão.”. (VIEDERMAN, 1994 p.73, apud MAXIMIANO)

Segundo o Instituto dos Recursos Mundiais, uma organização só poderá alcançar seus objetivos econômicos se respeitar os objetivos sociais e

ambientais, como: educação, saúde, distribuição igualitária dos recursos e uma base sustentável de recursos naturais.

A Lei de Proteção Ambiental Brasileira é a lei nº 6938, de 1981, a Lei da Política do Meio Ambiente. Esta lei indica vários instrumentos ambientais, tais como: Licenciamento ambiental, que é "...o procedimento administrativo pelo qual o órgão ambiental competente licencia a localização, instalação, aplicação e a operação de empreendimentos e atividades utilizadoras de recursos ambientais consideradas efetiva ou potencialmente poluidoras ou que possam causar degradação ambiental". (lei nº 6938, de 1981, apud MAXIMIANO)

A avaliação de impacto ambiental, sempre que houver a possibilidade de significativa degradação do meio ambiente.

Responsabilidade civil ambiental, o agressor responde administrativa, civil e penalmente por seu ato.

Um artigo da Constituição Federal diz:

"Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações". (art. 225, de 1988, apud MAXIMIANO)

1.11. Considerações Finais

Como foi visto a ética vem sendo discutida e utilizada desde a antiguidade, com base em um sistema de valores, cujo qual veio sofrendo mudanças, principalmente no mundo atual onde estas questões estão sendo mais valorizadas pela sociedade e pelas empresas.

No âmbito empresarial a ética está sendo considerada não apenas como meio de sobrevivência, mas sim, como instrumento de expansão dos negócios. Mesmo porque a ética empresarial surgiu como meio de recuperar a confiança na empresa, tanto dos funcionários, quanto dos clientes,

para isto se utilizam do chamado “Código de Ética Empresarial”, que visa melhorar a imagem e o desempenho das empresas perante a sociedade.

No entanto, nada adianta uma empresa aparentar ser eticamente correta, dentro deste contexto, se ela não assumir uma política de responsabilidade social e ambiental. A partir de planejamento e execução de ações socialmente responsáveis, que consolidem projetos relacionados ao meio ambiente, à melhoria do ambiente de trabalho, entre outros, um novo posicionamento empresarial e novas relações, fundamentadas numa atuação ética, deverão ser estabelecidas com funcionários, consumidores, comunidade, enfim com a sociedade de um modo geral. Percebe-se, desta forma, que os profissionais de comunicação passam a desenvolver junto às organizações uma postura social e ética mais voltada à qualidade de vida da sociedade.

Com base no que foi exposto, pode-se dizer que ética empresarial e a responsabilidade social e ambiental não é assunto para as horas vagas, é filosofia e prática de empresa. Significa não ao individualismo e aos seus subprodutos: egocentrismo e corporativismo. Não ao autoritarismo e suas subdivisões: o totalitarismo político, com centralização do poder; totalitarismo organizacional, com o comportamento burocrático; o totalitarismo emocional, com o paternalismo. Ou seja, a ética é a alma do negócio. É o que garante o conceito público e a perpetuidade, sem princípios éticos é inviável a organização social.

2. ESTUDO DE CASO: USINA DE AÇUCAR E ALCOOL PÉ DE CANA

2.1 Análises, desenvolvimento e resultados

2.1.1 A empresa

A Usina de Açúcar e Alcool Pé de Cana é uma tradicional empresa do ramo de produção e comercialização de açúcar e álcool e insumos de ração animal e produção de energia renovável fundada em 1954.

Localizada na cidade de Novo Horizonte, interior de São Paulo (450 km ao noroeste de São Paulo), A Usina Pé de Cana é hoje a quarta maior indústria do setor canavieiro no Estado, com capacidade de moagem instalada de 50.290 toneladas/mês. É uma das mais expressivas empresas na região, tanto na geração de empregos quanto em recolhimento de tributos e umas das pioneiras na geração de energia renovável gerado por meio da termoelétrico pela queima de resíduos de cana de açúcar.

A Usina de Açúcar e Alcool Pé de Cana é uma empresa sólida com recursos tecnológicos e financeiros, produtos inovadores e uma equipe altamente comprometida. A empresa gera mais de 3.500 empregos diretos e aproximadamente 2.700 empregos indiretos, além de contar com 25 agricultores parceiros que entregam sua produção diretamente à Usina e 45 prestadores de serviços e beneficiando em torno de 1.000 famílias indiretamente com sua atuação.

São mais de 50 anos de trabalho na construção de uma empresa desse porte; sua gestão voltada para resultados pressupõe foco nos fins e nos meios, além de buscar a integração de todos os setores internos, proporcionando a unidade de propósito e canalizando recursos de forma a atingir os objetivos, metas e indicadores de desempenho predefinidos.

Atualmente tem buscado ampliar sua principal linha de produção açúcar alcooleira, por meio de parceria com produtores e fornecedores, bem como impulsionar investimentos em sua linha de geração e distribuição de energia elétrica.

Insumos de bagaço de cana na produção de ração animal igualmente faz parte da sua estratégia de ampliação industrial, além de servir como base alimentar de seu confinamento de bovinos, na mesma região.

2.2 Controle de qualidade

Qualidade é palavra chave para a equipe do Usina Pé de Cana e está presente em todo o processo de fabricação de seus produtos. A indústria possui um Departamento de Controle de Qualidade, com um avançado laboratório experimental completo.

No laboratório são realizadas análises físico-químicas de todos os materiais em processo de produção e de todos os produtos finais.

A assistência técnica prestada aos clientes é outro diferencial que faz do Controle de Qualidade um modelo de referência para outras empresas, pela agilidade e eficácia em propor soluções.

Para estar sempre inovando, a indústria mantém um setor de desenvolvimento de novos produtos, que está em constante atividade.

A Usina Pé de Cana foi um dos primeiros do Brasil a criar a tecnologia para fabricação da pré-mistura para fabricação de ração animal, dentro da linha de produtos específicos para indústrias de insumo para ração animal. Nesse processo são utilizadas enzimas naturais, importadas da Europa, que dispensam o uso de produtos químicos, tornando o produto mais orgânica e saudável.

A Usina Pé de Cana é uma Organização Certificada pela NBR ISO 9001:2008 – Sistema de Gestão da Qualidade, sob o número de registro certificado Q-00631. No entanto, mantém certificações alinhadas com os requisitos da família de Normas NBR ISO 9000 desde 1997 e foi uma das primeiras indústrias açúcar-alcooleira a obter em 1997 essa certificação, que tem reconhecimento do INMETRO através de seu Organismo Certificador

2.3 Avaliações da Qualidade

A Organização passou pela terceira Auditoria de recertificação em dezembro de 2009 para se adequar à nova versão da NBR ISO 9001:2008 revisado no de 2008 e foi indicada à recertificação e manutenção da Certificação até o mês de janeiro de 2013, também mantém um Programa de Auditorias Internas da Qualidade, onde o mesmo garante que todos os Requisitos da NBR ISO 9001:2008 são auditados internamente pelo menos uma vez ao ano. Esse Programa de Auditorias Internas foi classificado como Ponto Forte da Organização no Relatório da última Auditoria Externa de

recertificação, dado ao seu alto grau de excelência nos critérios adotados e nos resultados alcançados.

Além de Auditorias Internas e Externas, a Usina Pé de Cana recebe periodicamente a visita técnica de Responsáveis Técnicos enviados por Clientes, parceiros da organização como Gran-Sapore, Habib's, Sodexo-Puras, e Mezzani e ainda possui programas de qualidade específicos para a indústria de alimentos, tais como: APPCC - Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle que é um método com base científica que elimina riscos de contaminação na indústria de alimentos, sendo baseado na prevenção e controle e o BPF - Boas Práticas de Fabricação que é um Pré-Requisito para implementação do APPCC e é composto por uma série de práticas de higiene, limpeza e procedimentos que, durante a fabricação do produto, vão proteger o mesmo de toda forma de contaminação.

A Usina Pé de Cana ainda dispõe do Programa 5S que é a base para qualquer organização implantar um Sistema de Gestão de Qualidade, bem como, continua sendo a base para a manutenção da ISO 9000 em organizações já certificadas. Ele atua principalmente no ambiente de trabalho, melhorando a motivação das pessoas, eliminando desperdícios e aumentando a segurança e produtividade da empresa.

Além todos esses programas, a Usina Pé de Cana tem rigorosas normas de higiene e de segurança no trabalho contando com a CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes) e equipamentos de proteção individual com uso orientado pelo técnico de segurança, bem como a CIGE (Comissão Interna de Gerenciamento de Energia) que tem o objetivo de monitorar a eficiência energética, incluindo avaliação completa dos insumos energéticos da empresa; avaliação das despesas de consumo; iluminação eficaz e econômica e atividades conjuntas; além de projetos de redução de custos.

2.4 Marketing e Propaganda

Apesar de ser uma empresa que já está consolidada no mercado apresenta entre suas ações de marketing, ações de merchandising no programa TVTEM, apresentado por Clara Pinheiro, veiculado três vezes por semana, além do quadro no programa Grandes Empresas Grandes Negócios,

onde aborda a participação Regina Moura, veiculado três vezes por mês. O gerente geral da Usina, Paulino Florêncio afirma que os resultados dessa parceria são ótimos.

Além do Marketing na TV, são feitas ações de marketing pontuais em cidades que precisam de abertura de mercado, como abordagens, degustação e cursos de culinária.

A Usina Pé de Cana também está presente nas redes sociais e em outdoors.

2.5 Gestão Ética

Comprovou-se através de entrevistas informais com responsáveis, colaboradores e pessoas da comunidade que a empresa segue rigorosamente os padrões especificados no manual do colaborador que se encontra na pagina da Usina Pé de Cana.

Onde os direitos e deveres dos colaboradores são assegurados, bem como segurança, higiene, qualidade; programas sociais e preocupação com o meio ambiente.

Além dos direitos garantidos por lei o Usina Pé de Cana ainda proporciona benefícios aos colaboradores da empresa, segue abaixo a descrição dos mesmos

2.6 Direitos oferecido pela empresa

- Salário;
- 13º Salário;
- Férias;
- Previdência Social (Aposentadoria, auxílio-doença, auxílio-reclusão, auxílio-natalidade, salário maternidade, salário família);
- PIS (Programa de Integração Social);
- FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço).

2.7 Benefícios oferecida pela empresa

- Plano de Saúde;
- PPR (Programa de Participação nos Resultados);
- Bolsa de Estudos (Pós-Graduação/Língua Estrangeira);

- Concessão de Financiamento;
- Convênio com o SESI (Serviço Social da Indústria)
- Convênio com a Caixa Econômica Federal;
- Prêmio Aposentadoria;
- Seguro de Vida;
- Cesta básica/Ticket Alimentação;
- Uniformes;
- Café da Manhã;
- Fornecimento de pães;
- AFUPC (Associação dos Funcionários da Usina Pé de Cana)

Além de investir e capacitar seus colaboradores através de cursos profissionalizantes e incentivos para que os mesmos ingressem em cursos que trarão benefícios ao desempenho de tais em suas funções.

2.8 Premiações

A Usina Pé de Cana já está consagrada como umas das melhores empresas para se trabalhar, resultado que confirma uma gestão de pessoas ética e eficiente, o mesmo pelo segundo ano consecutivo (2011-2012) está no ranking das 150 melhores empresas para se trabalhar no “Guia Você S/A Exame: As melhores Empresas para você trabalhar” publicado pelas revistas Você S/A e Exame a 15 anos, a pesquisa é realizada pela Fundação Instituto de Administração (FIA) com o objetivo de conhecer a fundo o universo das companhias, através de uma metodologia completa e respeitada.

A Usina Pé de Cana é a única que consta entre as 150 melhores empresas do Brasil, superando indústrias de grande porte do setor. É também a única companhia do noroeste paulista a integrar esse seleto time, além de ter sido destacada pelas revistas Você S/A e Exame como a melhor empresa do País para se trabalhar no setor de açúcar-alcooleira e insumo animal.

E neste ano (2012) também já foi destacada na categoria “Médias e Pequenas”, que emprega até 999 funcionários que elege as 30 Melhores Empresas para Trabalhar da pesquisa “Melhores Empresas para Trabalhar – Brasil” exclusiva do Instituto Great Placeto Work especialista global em ambiente de trabalho realizada em parceria com a revista Época e avalia o

índice de confiança dos funcionários com o ambiente de trabalho e as melhores práticas de gestão de pessoas das empresas.

A Usina Pé de Cana ainda aparece em 15º lugar entre as 20 melhores indústrias do Brasil, no sub-ranking “As Melhores na Indústria” sendo que nesta lista estão mescladas tanto companhias grandes e multinacionais, quando médias e pequenas.

Também nesse ano de 2012, a Usina Pé de Cana recebeu o Prêmio Empresário Amigo do Esporte no Clube Esportivo Novorizontino em Novo Horizonte. Promovido pelo Ministério do Esporte, o prêmio é um reconhecimento do Governo Federal às empresas e empresários que mais se destacaram no apoio ao esporte brasileiro.

Esses resultados só confirmam os depoimentos dos funcionários abaixo.

2.9 Perspectivas para o futuro

O mercado brasileiro está descobrindo novas diretrizes agronegócio em tecnologia de energia renovável beneficiando milhares de pessoas. Cada vez mais são exigidas novas soluções tecnológicas de fabricação e comercialização de derivados da cana de açúcar para atender plenamente esse mercado, que está se sofisticando.

Operando três Usinas simultaneamente, a Usina Pé de Cana Açúcar de Álcool tem flexibilidade para adequação e capacidade para direcionar a produção de cada usina para atender as exigências do mercado.

Além disso, a empresa está introduzindo um novo conceito de moagem de cana, em duas novas plantas industriais, que resultará em um amplo campo de aplicação, gerando novos produtos de maior conteúdo tecnológico.

2.10 Orgulho de ser trabalhador

“A Usina Pé de Cana é uma empresa confiável que investe no funcionário, incentiva os estudos, cursos de capacitação, e investe na construção de casas e benefícios. Aqui e você se esforça, será recompensado”.

Luís Alan dos Santos Faria, Almoхарife, funcionário há 8 anos. “Estou satisfeito e motivado para trabalhar aqui. A Usina é uma empresa séria, conhecida em todo o país e que investe muito em nossa cidade”.

José Maria Ortiz, Operados de maquinas, funcionário há 6 anos. “Tenho orgulho de trabalhar na Usina. Estou na empresa há 16 anos. Aqui nós temos uma série de benefícios trabalhistas, além do bom relacionamento entre toda a equipe”.

Michele Maria Loureiro Fontana, Auxiliar de contas a pagar, funcionaria há 16 Anos: “Essa é uma empresa que possibilita o crescimento do funcionário. Somos valorizados e reconhecidos. Aqui nós temos liberdade para desenvolver nossas tarefas, não somos pressionados”.

Antônio Favarão, Classificação de cereais, funcionário há 17 anos “Entrei na Usina como Office boy. A empresa me deu oportunidade de estudar e me capacitar para trabalhar aqui. Tenho muito orgulho de fazer parte dessa família e de ajudar a construir essa história”.

Everton Albino, Auxiliar de TI, funcionário há 9 anos “Tenho muito orgulho de trabalhar aqui, sinto que a empresa é a minha casa. Eu gosto da minha profissão, me sinto à vontade para trabalhar, tenho um bom relacionamento com a equipe e recebo bastante retorno da diretoria”

Maria da Silva, Líder de empacotamento, funcionário há 16 anos “A Usina me ajudou a realizar os meus sonhos. A história da minha vida se confunde com a da empresa. Estou aqui há 23 anos. Graças a Usina, consegui estudar: hoje sou nutricionista”.

Sara Rosa Lino, Auxiliar do controle de qualidade, funcionaria há 23 anos. “A Usina eu me encontrei profissionalmente, tive várias oportunidades. Tudo o que eu alcancei na minha vida, nesses últimos 16 anos, tem relação com a empresa”

Matheus Ribeiro Alves, Técnico em segurança do trabalho, funcionário há 16anos.

2.11 Responsabilidade Social

A Usina Pé de Cana iniciou em 2012 o projeto “Universidade do Cana”, que vai formar e capacitar funcionários, colaboradores, pessoas da comunidade em geral, clientes e jovens aprendizes. O objetivo é aprimorar

conhecimentos, reciclar ideias e conhecer todo o processo de panificação. Assim, o mercado vai contar com profissionais completos, com uma visão abrangente da cadeia do trigo.

O gestor de Recursos Humanos, Mario Trentini, considera que o projeto é muito proveitoso, especialmente porque os participantes que já trabalhavam com cana de açúcar evoluíram muito tecnicamente, demonstrando isso no dia a dia do trabalho. “Há também casos de alunos que já conseguiram empregos na área antes mesmo do término do curso. Isso demonstra que estamos no caminho certo”, afirma Trentini.

O curso promovido pela Universidade do Agronegócio tem aulas teóricas e práticas, realizadas nas próprias instalações da Usina. São abordados vários temas, divididos em módulos. Em média, cada curso oferecido tem carga horária de cerca de 160 horas. Os professores são na maioria profissionais que atuam no quadro da Usina, com ampla e comprovada experiência e capacidade técnica para a transmissão de seus conhecimentos. A próxima turma será aberta no início do segundo semestre.

Os alimentos produzidos no curso são doados a instituições como creches, asilos, hospitais, como também para os colaboradores.

Outra iniciativa da Usina Pé de Cana é o residencial que será construído e poderá ser financiado pelo projeto da Caixa Econômica "Minha casa, minha vida", facilitando a aquisição da casa própria à colaboradores e comunidade

Em 2011, a empresa promoveu na cidade de Novo Horizonte a "Ação Social Usina Pé de Cana", realizada uma vez por ano que atendeu cerca de 1,5 mil pessoas em diversos serviços oferecidos gratuitamente, entre orientação jurídica e profissional e sobre direitos do consumidor, orientação de profissionais da área de saúde sobre diversos assuntos, além de cortes de cabelo e brincadeiras para as crianças.

A Usina também promove ações que beneficiam Novo Horizonte e a comunidade, tais como:

- A instalação de semáforos em vários pontos da avenida principal, proporcionando maior organização do tráfego e redução de acidentes;
- Promoção de cursos de culinária para comunidades carentes;

- Treinamento aos motoristas pertencentes à ATS (Associação dos Transportadores de Sertanópolis) sobre direção defensiva;
- Doação de bi coletores para recolhimento de óleo de cozinha usado nas cidades de Catanduva, Itajobi, Borborema e Novo Horizonte, bem como a troca do óleo de cozinha por produtos da empresa para a comunidade de Novo Horizonte;
- Coleta seletiva de lixo reciclável repassado aos coletores de recicláveis que processam esse material na unidade de tratamento de resíduos da cidade;
- Doações de alimentos e patrocínio de eventos da APAE (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais).

Todas essas ações resultam em benefícios à comunidade, colaboradores, sociedade e meio ambiente, mas principalmente à empresa.

2.12 Considerações Finais

De acordo com a bibliografia estudada, nota-se que os dilemas éticos socorrem há muito tempo e começaram a ser discutidos, com a criação de diversas teorias, que de alguma maneira almejavam o mesmo objetivo: o bem comum; apesar das constantes transformações que a sociedade sofre, principalmente com o avanço da tecnologia, os princípios éticos pouco sofreu mudanças.

O tema é atualmente muito discutido devido aos grandes escândalos noticiados, tanto na área econômica, quanto na área política. Nota-se que cada vez mais as empresas se preocupam com sua reputação, deixando a busca pelo lucro a qualquer custo de lado e priorizam a gestão ética que caminha entrelaçada com a responsabilidade social e a sustentabilidade, porém a implantação da ética na cultura organizacional deve ser feita diariamente valorizando os princípios éticos através da educação ou reeducação dos colaboradores, em todos os níveis hierárquicos, a fim de promover o alinhamento da conduta pessoal à cultura organizacional.

De acordo com os objetivos propostos no início do estudo verificamos que muitas organizações ainda desconhecem o valor que uma cultura ética agrega à sua imagem, mas muitas outras já trabalham a ética em seu dia-a-dia, a Usina Pé de Cana, empresa na qual foi feito o estudo de caso apresenta a ética como pilar de sua cultura, transmitindo aos seus

colaboradores como eles devem se portar dentro e fora da empresa, evitando ações e comportamentos que prejudiquem o bem-estar coletivo bem como a empresa; os rigorosos padrões de qualidade, higiene e segurança também devem ser seguidos para benefício de todos.

São muitos os deveres, porém são garantidos além dos direitos previstos em lei, benefícios extras e investimento em educação e treinamento. Externamente, a empresa dispõe de programas de responsabilidade social como a distribuição de pães à comunidade e cursos de reciclagem. Já em relação à sustentabilidade promove o programa de coleta de óleo de cozinha; o resultado de todo esse trabalho está na premiação da empresa pelo segundo ano consecutivo no guia “As 150 Melhores Empresas para você Trabalhar” da Revista Exame, ou seja, uma empresa com imagem sólida e de referência no mercado.

Assim, atingindo os objetivos propostos de apresentar um histórico e conceitos sobre o tema, bem como apresentar uma organização que coloca em prática tudo o que se foi falado no referencial teórico, concluímos que a ética não é um empecilho para se alcançar o sucesso, mas sim uma aliada, sendo cada vez mais essencial à sobrevivência e estabilidade da empresa no mercado.

CONCLUSÃO

Hoje, as pessoas procuram incluir no ambiente de uma empresa um clima sincero e humanizado, repensar na ética atualmente é uma reflexão sobre um conjunto de valores que estão se perdendo em meio a uma sociedade individualista e intolerante, desta forma usar a ética em nossas ações requer pensamento, e reflexão manter sobre a nossa maneira.

Repensar na questão da ética dentro de uma empresa não é um trabalho fácil, já que os envolvidos são pessoas e cada uma delas apresenta sua característica, uma especificidade, seus valores humanos que desde a sua infância trazem com a se mesmo. Por outro lado, conviver amigavelmente sem ser ético torna-se superficial, e traz perturbações à moral do indivíduo.

Apesar das pessoas reconhecerem a importância da ética no trabalho, ao mesmo tempo vivenciam inúmeras situações dentro das empresas de profissionais antiéticos se interagindo.

Há certo tempo a ética transformou-se em um conjunto de acordos entre as pessoas sobre questões com uma racionalidade razoável, não se leva em conta mais os princípios, por ser viver em um mundo onde o que mais vale é o que se tem, e muito pouco a conduta que se apresenta.

O resgate da ética deve preservar a moral, os bons princípios, as virtudes, retomar regras, práticas, normas, e uma visão de mundo com um olhar voltado para o bem, para o respeito mútuo, a boa convivência e o crescimento de uma cultura organizacional de caráter.

O presente trabalho pontua considerações importantes sobre a questão da ética nas empresas, elucidando situações que envolvem ética e moral como um diferencial.

Desta forma, uma empresa que valoriza a ética e a moral entre seus funcionários, clientes e prestadores de serviço, mostra uma fidelidade e confiança em seus diversos seguimentos de mercado

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

De Matos, Francisco Gomes. Ética na gestão empresarial. São Paulo: Editora Saraiva. 2015. 156-308 p.

Nalini, José Renato. Ética geral e profissional.

NOVAES, A (org.). Ética. São Paulo: Companhia das Letras, 1992;

SINGER, Peter. Ética prática. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998;

VÁSQUEZ, Adolfo Sánchez. Ètica. 21. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001;

AURÉLIO (2005, p.604)

ARISTÓTELES, apud ARRUDA, 2003 p. 43.

SÉRGIO XIMENES (2002, pg. 409)

REALE (1999, p.29 apud Ourives, 2006, p.2)

GODIM, (2005, p.6)

BULGARELLI, WALDIRIO. 1993 p. 22

Denny (2001, p.134)

OURIVES, 2006, p.6.

Na questão ambiental houve também uma grande transformação de valor, que segundo IBID (2000, p. 164 apud Ourives2006, p6).

Hegel (1770 – 1831), vincula a ética à História e à Política, baseada nas atitudes do homem na sociedade Política e no momento histórica

Lei nº 6938, de 1981, apud MAXIMIANO

MERCIER, 2004 p. 98

NASH,1993, apud BOWDITCH p. 93

VIEDERMAN, 1994 p.73, apud MAXIMIANO

Definição de ética, moral e ética empresarial. Texto disponível em 10.11.16 <<http://pt.slideshare.net/lucianaoliveira1481/etica-e-moral-nas-empresas-e-na-sociedade-slide>>

Comportamento ético nas empresas. Disponível em 01.11.16 <<http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/colunistas/sonia-jordao/o-comportamento-etico-nas-empresas>>

Ética e sociedade empresarial. Acessado em 25.10.16.

<http://www.iacat.com/revista/recreate/recreate03/etica_soc-empr.htm >