



**FACULDADE
METROPOLITANA**

**FACULDADE METROPOLITANA
GABRIEL CONRADO DA COSTA**

**COMPORTAMENTO ÉTICO COMO CONDIÇÃO PARA EMPRESA
ÉTICA**

RIBEIRÃO PRETO – SP
2019

GABRIEL CONRADO DA COSTA

**COMPORTAMENTO ÉTICO COMO CONDIÇÃO
PARA EMPRESA ÉTICA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Faculdade Metropolitana para obtenção do
título de Bacharel em Administração

Orientador: Prof. Ms. Pe. Paulo Henrique
Martins

RIBEIRÃO PRETO SP
2019

Dedico em primeiro lugar à Deus, aos meus pais, e aos meus Colegas de Classe Ivan Cassiano, Flávio Cunha e Guilherme Albertino que me deram apoio durante a vida acadêmica

RESUMO

A Ética vem sendo estudada por profissionais e pesquisadores da área de administração. O tema abordado tem se tornado frequente alvo nas práticas empresariais, sendo que o estudo tem como objetivo trazer uma reflexão sobre a ética dentro das relações dos indivíduos nas empresas junto a qualidade de vida trazendo uma reflexão em relação ao tema. A pesquisa está dividida em dois momentos: bibliográfica com pesquisa em livros, artigos e publicações e de campo, com entrevista junto a um profissional do setor de Gás GLP de grande empresa sediada no Estado de São Paulo. Fazendo um comparativo dentro da realidade pesquisada, consegue-se entender a dificuldade apresentada de se exercitar a ética dentro do mercado de concorrência acirrada, seja nas pequenas, médias e grandes empresas.

Palavra-chave: Ética, Ética Empresarial, Empresas, Pessoas

ABSTRACT

Ethics has been studied by professionals and researchers in the area of administration. The subject approached has become a frequent target in photography practices, and the study aims to bring a reflection on ethics within the relationships of companies with the quality of life brings a reflection on the subject. A research is divided into two moments: bibliographic with research in books, articles and publications and field, with an interview with a professional of the LPG Gas sector of the large company based in the State of São Paulo. Making a comparison within the reality researched, can understand the difficulty of learning to exercise ethics within the fiercely competitive market, whether in small, media and large companies.

Keywords: Ethics, Business Ethics, Business, People

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	5
1.1	OBJETIVOS.....	6
1.2	METODIOLOGIA	6
2	A ÉTICA – DO CONCEITO A ADMINISTRAÇÃO.....	8
2.1	A EMPRESA ÉTICA NO MERCADO ATUAL.....	8
2.2	ASPECTOS DE UMA EMPRESA ANTIÉTICA	10
2.3	ASPECTOS DE UMA EMPRESA ÉTICA	11
3	A ÉTICA APLICADA NA VISÃO DE UM GESTOR	12
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	13
	REFERÊNCIAS.....	15

1 INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, quando a mídia veicula nos diversos canais os escândalos da falta de ética em vários segmentos da sociedade, o pensamento sobre a ética profissional e seus estudos voltam à discussão com maior urgência do que nas décadas anteriores quando muito se pesquisou este assunto.

Um estudo que conduza à reflexão sobre a ética dentro das empresas ressurgiu saindo das salas de estudo das universidades e alcançam a prática administrativa com urgência para questionar a importância de uma empresa ética e como a sociedade se relaciona com tal empresa na hora de escolher uma prestadora de serviço idônea ou mesmo para adquirir algum bem de consumo.

A ética e a moral são historicamente constituídas pelo processo de mudanças entre as sociedades e as épocas. “[...] as doutrinas éticas fundamentais nascem e se desenvolvem em diferentes épocas e sociedades como respostas aos problemas básicos apresentados pelas relações entre os homens, e, em particular pelo comportamento moral efetivo.” (VÁZQUEZ, 2008, p. 267)

Atualmente vemos a grande necessidade de discutir esta atitude ética dentro da área da filosofia nos vários segmentos empresariais para proporcionar um melhor ambiente de trabalho e uma melhor qualidade de vida para os colaboradores.

Segundo Moreira (2002, p.31), “Os procedimentos éticos facilitam e solidificam os laços de parceria empresarial, quer com clientes, quer com fornecedores, quer, ainda, com sócios efetivos ou potenciais.”

A economia capitalista poderia ser a grande vilã que seria responsabilizada pela degradação das atitudes éticas, e o lucro exagerado o motivo das empresas tornarem-se ambientes degradantes para a condição do convívio humano saudável. Mas esta afirmação poderia ser demasiado reducionista para um assunto abrangente e complexo como este.

As empresas necessitam de pessoas motivadas e comprometidas com suas metas, objetivos e ética, tornando-se como ponto fundamental para as empresas que desejam ser ao mesmo tempo competitivas e apresentarem-se como éticas, apresentando um diferencial que lhes torne respeitáveis no mercado.

A qualidade de vida no trabalho seria a satisfação das necessidades pessoais através da organização e de todo o ambiente de trabalho. O conceito qualidade de vida no trabalho tem sido avaliado e questionado através dos anos, definindo se não como modismo passageiro, mas

como um processo que consolidada a busca do desenvolvimento do desenvolvimento humano e organizacional” (LIMONGI – FRANÇA; BERNAL, 2002, p.297)

Contudo, investir em qualidade de vida dentro das empresas não significa que os problemas das empresas irão simplesmente desaparecer ou não ocorrer. Entretanto, em uma empresa ética, esses problemas podem ser minimizados podendo aumentar a produtividade do trabalhador e sua motivação.

1.1 OBJETIVOS

A pesquisa tem como objetivo uma reflexão sobre as relações éticas entre empresa X trabalhador e as influencias na qualidade de vida de ambos. Para isso, é importante buscar aplicar uma série de estratégias que visam o crescimento da produtividade e satisfação do colaborador para que tamb.

A importância da ética, num primeiro momento a teoria, como projeto de conduta da empresa, e posteriormente sua aplicação prática nos departamentos e setores que estão diretamente relacionadas às exigências mercadológicas. Segundo Ercílio Denny (2001) “a ética da empresa trata de mostrar, então, que optar por valores que humanizam é o melhor para a empresa, entendida como um grupo humano, e para a sociedade em que ela opera”.

1.2 METODOLOGIA

A presente pesquisa como condição para a obtenção do diploma em Administração tem forma de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) e apresenta como problema tema a Ética Profissional em empresas que visam obter aprovação da sociedade em que está inserida.

O problema tema foi delineado durante as aulas de Filosofia e Ética onde o pesquisador procurou discernir o que levaria uma empresa ética se sobressair como empresa respeitada em seu ramo de negócios objetivamente por ter uma política administrativa ética, seja de seus proprietários, seja dos seus funcionários em vista de um diferencial para seus clientes.

A pesquisa científica nas Ciências Sociais Aplicadas tem alcançado relevância recentemente quando o administrador precisa inserir seu conhecimento intelectual adquirido ao longo dos anos de estudo e aplica-lo na prática profissional.

A importância de um estudo experimental “pode ser considerada o ideal da ciência porque as respostas a questões de pesquisa obtidas em experimentos são no total mais claras e

menos ambíguas do que as respostas obtidas em pesquisas não experimentais” (Kerlinger, 1991).

Para iniciar a pesquisa, uma vez escolhido o problema tema, a primeira parte a ser feita é o levantamento bibliográfico acerca do tema, e este levantamento está relacionado à Pesquisa Bibliográfica.

A pesquisa bibliográfica procura primeiramente explicar e discutir um assunto, tema ou problema com base em referências publicadas em livros, periódicos, revistas, enciclopédias, dicionários, jornais, sites, CDs, anais de congressos entre outros, o que auxilia o pesquisador a conhecer, analisar e explicar melhor sua pesquisa (Martins, 2009; Cervo e Bervian, 2006)

Entretanto, a pesquisa bibliográfica por si serve primeiramente para fundamentar e demonstrar o que já foi estudado acerca do tema. Ela não é suficiente quando se propõe avaliar e discernir uma prática profissional no campo administrativo de uma empresa real no mercado.

Na segunda parte do trabalho, o pesquisador utilizando-se de um Estudo de Caso cuja estratégia pede uma avaliação qualitativa, visa em seu objetivo fundamentalmente o estudo de uma unidade social que se analisa profunda e intensamente. O Estudo de Caso está sendo cada vez mais utilizado na academia porque traz empiricamente variáveis do mercado que vão além do que se encontra na bibliografia disponível, possibilitando ao pesquisador descrever, compreender e interpretar casos realistas complexos (Martins, 2009).

Bardin (1977) afirma que “a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas tendo comunicações que trabalha com procedimentos sistemáticos e objetivos descrevendo o conteúdo apresentando nas mensagens, [completando] o objetivo dentro das análises de conteúdo é a manipulação de mensagens (apresentando expressão e conteúdo), para deixar em evidências os indicadores permitindo inferir sobre uma outra realidade que não a da mensagem” (p. 38).

O processo é importante para abrir a visão ética da administração no mercado propriamente dito, e por isso busca coletar as informações com uma entrevista de um gerente regional de vendas com ampla experiência na administração de pessoal. Estes dados servirão de base para a análise qualitativa e assim possibilitar a avaliação dos resultados comparados com os dados da Pesquisa Bibliográfica. Esta metodologia poderá ainda, através dos resultados, analisar as relações éticas entre empresa e sociedade.

2 A ÉTICA – DO CONCEITO A ADMINISTRAÇÃO

O problema tema do presente trabalho é analisar o comportamento ético de uma empresa que possa favorece-la no mercado econômico e social em que ela está instalada. Para isso, vemos como primordial recordar os conceitos de ética e de comportamento ético para podermos avaliar melhor as condições em que uma empresa promova sua credibilidade no ramo em que atua. Segundo Veloso, “a preocupação com princípios éticos, valores morais e um conceito abrangente de cultura é necessária para que se estabeleçam critérios e parâmetros adequados para atividades empresariais socialmente responsáveis” (2005, p. 3.)

Para analisarmos o que se pode chamar de empresa ética, precisamos primeiro buscar o significado original da palavra ética, que tem sua origem do grego *ethos*, podendo ser traduzida por *costume*, *habitação* ou *morada*. O vocábulo ainda pode ser interpretado como *caráter* ou *modo de ser*. O termo *ethos* fora traduzido para o latim pelos romanos como *morus*, significando particularmente *morada* ou *habitação no alto* e originou a palavra *moralis*, dando origem à palavra moral, de onde se entende ética ou moral como os costumes adquiridos na casa e que têm valor elevado para a pessoa.

2.1 A EMPRESA ÉTICA NO MERCADO ATUAL

A aplicação de atitudes éticas em empresas é uma missão mais do que possível e menos complicada do que poderia parecer aos mais desavisados. Para se ter uma definição e caracterização sobre como isto seria possível, Chanlat nos informa que “a vida nas organizações e mais comumente as relações sociais que aí tecem repousam sobre valores” (1992, p.62).

Os valores aqui tratados dependem em primeiro plano dos valores humanos e das relações humanas que citamos acima como moralidade. Em um mercado que muda constantemente pode parecer difícil ou pelo menos muito complicado para uma empresa que seja ética acompanhar essas mudanças. Mas não é tão difícil quanto parece desde que a empresa em questão, preocupada em ser reconhecida e valorizada no mercado por ser eticamente responsável e confiável, apresente aos seus membros uma carta de conduta que possa reger as ações empresariais dentro e fora da empresa (Chaves e Ashley, p. 4).

Um ponto para ser considerado é a crescente degradação dos meios em que vivemos na sociedade, com pressão social em diversos segmentos que envolvem uma empresa, tais como fornecedores, clientes, o governo e ainda a sociedade civil. Com isso, as empresas perceberam

a obrigação de incorporar a responsabilidade social como meio de obter maiores lucros, focando na conduta ética como meio eficaz para alcançar seus objetivos comerciais.

Para Aguilar, “a ética empresarial pode ser entendida como um valor da organização que assegura sua sobrevivência, sua reputação e, conseqüentemente, seus bons resultados. Ou seja, quando o comportamento da empresa estiver em conformidade com os princípios morais e regras de bem proceder se torna uma empresa ética” (1996, p.20). “As empresas éticas seriam aquelas que subordinam suas atividades e estratégias a uma prévia reflexão ética e agem de forma socialmente responsáveis” (SROUR, 2000, p.18)

Ainda segundo Srouer, as organizações éticas sempre almejam ser verdadeiras, honestas, justas e democráticas. Não sendo por conveniências, mas por uma questão dos seus princípios e por esse tipo de agir é que podem alcançar reconhecimento e sucesso, e ainda ser exemplo e modelo para as demais empresas, oferecendo confiança e credibilidade aos diversos públicos aos quais presta serviços.

Assim, com o passar do tempo, as empresas estão criando esta consciência ética de que as pessoas (todos os envolvidos no processo como clientes, empregados, proprietários ou diretores, etc...) são o que de mais importante essas empresas têm, e as atitudes éticas têm que partir delas mesmas.

As pessoas diretamente envolvidas com a empresa desejam e querem criar vínculos com elas, e que poderíamos chamar de *stakeholders*¹. Este interesse não acontece diretamente visando os lucros ou o rendimento da empresa, mas para que ela seja reconhecida por ter valores que a sustentem como empresa confiável. Assim, elas não correriam o risco de perderem seus funcionários, seus clientes, seus fornecedores.

Para Passos, a ética individual é muito importante para uma empresa humanizada, e é por isso que ele chega a afirmar que “se seus funcionários, em especial aqueles que ocupam cargos de liderança, não forem éticos, o agir da empresa estará prejudicado” (2008, p.94). Ainda para ele, a atitude ética é uma forma de reflexão consciente, tendo comprometimento com o bem-estar dos homens envolvidos com a empresa.

Segundo Chauí (1999), a conduta ética, para que ela exista, é preciso que tenha um agente consciente, aquele indivíduo que tenha capacidade de discernir entre o certo e o errado, bem e mal, proibido e permitido, vício e virtude. Tendo uma visão e percepção destas diferenças

¹ Do inglês: *stake* significa interesse, participação, risco. Do inglês: *holder* significa aquele que possui. Na expressão *stakeholder* quer-se significar as partes interessadas ou intervenientes. É uma palavra em inglês muito utilizada nas áreas de comunicação, administração e tecnologia da informação cujo objetivo é designar as pessoas e grupos mais importantes para um planejamento estratégico ou plano de negócios, ou seja, as partes interessadas numa determinada empresa ou negócio.

através de sua consciência, as pessoas, apresentarão atitudes em conformidade. Criando o senso de responsabilidade e assumindo a ética como importante até para um processo de tomada de decisão tomando a alternativa mais correta dentro de seu ponto de vista.

2.2 ASPECTOS DE UMA EMPRESA ANTIÉTICA

Dentro do complexo mundo dos negócios, o que define o que é ético ou não são os valores. Os comportamentos assim chamados antiéticos ferem o próprio indivíduo e também todas as pessoas à sua volta, resultando um ambiente de trabalho onde se não apresenta solidariedade, confiança, respeito, confiança e reconhecimento.

Segundo Well e Spinks (1998, p. 142 – 146), “o comportamento antiético está em todas as ações que resultam falta de justiça para com os outros, sejam eles amparados ou não pela lei”. Por exemplo, induzir empregados atuais ou antigos a divulgarem informações confidenciais obtidos de forma ilícita constitui uma forma de conduta antiética. Os empregados devem respeitar os direitos de fornecedores, clientes e demais colegas de trabalho para manter um bom relacionamento e integridade, não manipulando ou dissimulando alguém com informações privilegiadas, por exemplo.

A esse respeito, muito bem afirmou Daft que “a responsabilidade ética inclui comportamentos ou atividades que a sociedade espera das empresas, mas que não são necessariamente codificadas na lei e podem não servir aos interesses econômicos diretos da empresa” (1999, p.91). O comportamento antiético, ocorre muitas das vezes quando decisões que permite ao indivíduo ou empresa obterem ganhos abusivos em detrimento da sociedade sobrepõe a ética empresarial ou mesmo pessoal.

Uma empresa que atue de forma eticamente correta é aquela que valoriza a conduta correta, dá exemplos internos de coerência para cumprir seus objetivos para os quais ela foi criada, justamente respeitando a justiça e o ser humano.

Nossa proposta para este trabalho é conscientizar e ajudar as pessoas a incentivar as atitudes éticas que espelhem o bem-estar coletivo, que favoreçam as oportunidades da parte da empresa, e estudem estratégias também éticas de concorrer no mercado.

Uma empresa que priorize as atitudes éticas tem muito mais oportunidades no mercado do que as empresas que tenham atitudes antiéticas. Segundo Passos (2008) a maioria das empresas são focadas no lucro, preocupando-se com prisões de empresários e também

executivos em restrição sobre as atividades, deixando em segundo plano o orgulho, confiança, reconhecimento de empregados, clientes e fornecedores.

2.3 ASPECTOS DE UMA EMPRESA ÉTICA

Para considerar-se ética, a empresa primeiramente deve começar a implantar valores morais e éticos desde o processo seletivo de seus funcionários, apresentando-lhes o Código de Conduta Ética da empresa, criado como norma regimental interna dos funcionários (Ashley, p. 255 – 256). Srour (2000) afirma que atualmente os negócios devem ser instrumentos para uma transformação social. Esta proposta difere do capitalismo selvagem onde “os fins justificam os meios” (N. do A.) não apresentando nenhuma combinação com a ética empresarial contemporânea.

Dentro de uma empresa ética, os funcionários e pessoas da administração deverão ser agentes conscientes que regularão as questões éticas, ou seja, diferenciam o permitido do proibido, o certo do errado, o que promove o bem e o que causa o mal. Assim, todos serão responsáveis para que haja conduta ética dentro das empresas.

Camargo afirma que “Não é a empresa que faz a pessoa ética, mas é que, possuindo energias éticas internamente, cristaliza-se em comportamentos favorecendo a criação de um ambiente ético”. E o mesmo autor continua: “A responsabilidade, justiça, honestidade, o respeito, confiança, veracidade e liberdade não se deve ser imposto por leis, mas devem ser por meio de estímulos, reflexões podendo ser a partir de situações conflitantes” (2006, p. 43).

Mas uma empresa ética não prioriza somente o interno, mas observa a conduta ética do externo, no que envolve seus fornecedores. A empresa que não seleciona seus fornecedores eticamente, que apresenta relacionamentos profissionais que não tem o menor respeito sobre a preservação do meio ambiente, ou por exemplo que usa mão de obra infantil, demonstra que não é uma empresa ética, e muito menos uma empresa socialmente responsável (Passos, 2008).

Segundo Aguilar, empresa ética apresenta “aquilo que conquistou o respeito e a confiança os seus empregados, clientes, fornecedores, investidores e outros, estabelecendo um equilíbrio aceitável entre seus interesses econômicos e os interesses de todas as partes afetadas, quando toma decisões ou empreende ações” (1996, p.26)

3 A ÉTICA APLICADA NA VISÃO DE UM GESTOR

Neste desenvolvimento do processo de pesquisa do presente trabalho, fomos numa pesquisa de campo para conhecer *in loco* o que um administrador pensa e como age em relação a uma empresa ética no mercado hoje. Escolhemos uma empresa de distribuição de gás GLP para entrevistar seu administrador e a seguir transcrevemos a entrevista sem correções gramaticais ou verbais para dar maior autenticidade ao trabalho. A pergunta proposta foi: Como o senhor considera uma empresa ética no mercado de trabalho? A resposta está entre aspas a seguir: “É bom Gabriel respostas para pergunta trabalho no setor de gás GLP de cozinha há 30 anos. E neste setor tem dois aspectos bastante antagônicos, né? Primeiro aspecto negativo né, uma concorrência predatória aonde os concorrentes do setor não respeitam os custos de produção e por se commodities, né? Os custos de produção e os custos de compra de produtos são muito idênticos não muda muito de empresa para empresa. Mas empresa que é não eticamente ela tira a margem a fim de prejudicar alguns outros concorrentes do setor e cria, então uma concorrência desleal, entregando para população um produto onde ele pode estar de certa forma sem segurança. Porque sem segurança? Porque o nosso produto ele demanda muito cuidado por ser um produto inflamável, então essa concorrência desleal acho que é o pior fato antiético e negativo do setor. É porque ele é um setor que ele serve a sociedade com muita penetração popular, né? Hoje o gás tá em 99% dos lares nas empresas, do comércio no Brasil inteiro então tem que ter uma responsabilidade técnica e responsabilidade social por essa concorrência negativa antiética nesse aspecto então se acaba tendo algumas empresas aonde isso não é levado a sério e você acaba então prejudicando o comércio da forma geral e isso atrapalha, e isso possa ser considerado uma das piores atitudes antiéticas. Porque ética é servir a sociedade, a ética é participar do conjunto da sociedade, ética estar entregando um produto com as melhores práticas de produção econômicas e servindo a sociedade. Então quando você não tem margens, quando você coloca a sociedade no risco isso que é pior atitude antiética que tem nesse setor. Em contrapartida, antagonicamente, como falei antes tem um aspecto maravilhoso é um produto que não é poluente, é um produto que tem a penetração em 99% dos lares do país, é um produto aonde por ele ser ecologicamente correto quando se usa GLP não se usa o carvão, ou seja, além de ser ecologicamente correto no sentido de não ter desmatamento ele também salva-vidas, né? Porque quando se usa carvão, quando se cozinha a lenha você pode ser intoxicada por fumaça e ter outros problemas de saúde. Então nosso produto ele tem a ética na sua origem, salva-vidas é ecologicamente correto, serve a sociedade contemporânea com muita eficiência e segurança. Ou seja, é um produto fantástico, se você imagina que é energia

limpa aonde você atende a população, a indústria, o comércio sem poluir para cada um botijão de gás que se é utilizado deixa de ser derrubar diversas árvores do cerrado, de replantio. Enfim, acaba sendo um grande apelo para a sociedade considerando o que é ética, é o conjunto da sociedade, as atitudes da sociedade, e considerando que uma empresa para ter ética ela tem que ter o atendimento né, com qualidade, com respeito e com justiça social, então o GLP tem um apelo ético na sua, no seu nascimento, na sua concepção e a empresa tem que ser ética para entregar um produto com qualidade e que seja percebido esses valores na sociedade como todo. Espero ter respondido à sua pergunta. Um abraço! Até logo! Até mais!”

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste trabalho nos deu a possibilidade de entendermos o conceito de ética, a sua origem, e como ela vem sendo aplicada dentro de um determinado mercado de concorrência acirrada. Sendo de caráter qualitativo e exploratório, utilizamos o estudo de bibliografias e de pesquisa de campo com uma entrevista a um gestor de grande experiência no ramo de GLP.

Dentro da pesquisa bibliográfica entendemos o quanto é importante sermos eticamente corretos dentro das organizações, pois aplicadas de maneira correta podemos apresentar um bom ambiente de trabalho interno e externo, cria-se parcerias, vínculos saudáveis, fidelização tanto para colaboradores internos e também para colaboradores externos (clientes, fornecedores).

Com o apoio da entrevista apresentada pelo gestor percebemos como neste ramo de trabalho existem duas vertentes mostrando uma aplicação correta da ética através do produto que é vendido e também a falta da aplicação ética em um mercado de concorrência selvagem e desonesto, que do ponto de vista do gestor, pode implicar em problemas internos e externos à empresa, podendo ser prejudicial para a sociedade contemporânea em vários aspectos.

Com isto, mais ainda conseguimos ter uma visão de que a ética aplicada corretamente dentro de uma empresa faz com que o trabalhador esteja satisfeito com o que faz, demonstra um melhor desempenho, apresenta uma qualidade de vida melhor e o esforço apresentando faz do próprio ter orgulho de estar dentro desta empresa.

A aplicação dos conceitos da ética faz com que o ambiente de trabalho seja mais humanizado, deixando de ter aquele clima pesado devido a pressão que envolve sobre concorrências, metas, lucros. A aplicação não quer dizer que essas situações não deixam de existir, mas ameniza de forma que o colaborador exerça sua função da melhor maneira possível.

Concluindo que mesmo tendo passado tantos anos, os estudos avançando cada vez mais nesta área da ética profissional e estes sendo apresentados às empresas através de palestras, cursos e formação acadêmica, a aplicação destes conceitos de forma correta são ignoradas por grande parte das empresas, fazendo com que prejudique desde a empresa estruturada em si, como os colaboradores e, por que não dizer, na sociedade como um todo.

REFERÊNCIAS

AGUILAR, F. J. **A Ética nas empresas** – Maximizando resultados através de uma conduta ética nos negócios, 2d. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Editora Edições 70, 1977.

CAMARGO, M. **Ética na empresa**. Petrópolis: Vozes, 2006.

CERVO, A.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6ª ed. São Paulo: Pearson, 2006.

CHALANT, J. F. **A caminho de uma nova ética das relações nas organizações**. Rev. Adm. Empres. vol.32 no.3 São Paulo July/Aug. 1992.

CHAVES, J. B. L.; ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. coord. Patrícia Almeida Ashley. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

DAFT, R. **Administração**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

DENNY, E. A. **Ética e sociedade**. Capivari., 2001, p.134.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um tratamento conceitual**. São Paulo: EPU/EDUSP, 1991. p. 120.

LIMONGI-FRANÇA, A. C.; ARELLANO, E. B. **Qualidade de vida no trabalho**. In: Limongi - França, Ana Cristina. Et al. As pessoas na organização. 9. ed. São Paulo: Gente, 2002.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MOREIRA, J. M. **A ética empresarial no Brasil**. São Paulo: Editora Pioneira Thomson Leatning, 2002;

PASSOS, E. **Ética nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2008.

RAE, São Paulo, v.32, n.3, p. 68-73, jul-ago. 1992. Disponível em: <http://www.rae.com.br/rediret.cfm?ID=752>. Acesso em 10 out. 2019.

VÁZQUEZ, A. S. **Ética**. Rio de Janeiro - Editora Civilização Brasileira – 2008.

VELOSO, L. H. M. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. coord. Patrícia Almeida Ashley. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

WELLS, B.; SPINKS, N. **Ética, de cima para baixo**. HSM Management, São Paulo, ano 2, n. 7, p. 142-146, Mar/Abr 1998.

CHAUÍ, M. **Uma ideologia Perversa**. Folha de São Paulo, São Paulo, Capa Mais!, p. 3, 1999, 14 de março.

SROUR, R. H. **Ética empresarial**. Ed. Campus, Rio de Janeiro, 2000