

COMPORTAMENTO ÉTICO NAS ORGANIZAÇÕES, A PARTIR DA PERCEPÇÃO DE ALUNOS DE UMA ESCOLA DE NEGÓCIOS

COMPORTAMIENTO ÉTICO EN ORGANIZACIONES, DESDE LA PERCEPCIÓN DE ESTUDIANTES DE UNA ESCOLA DE NEGOCIOS

ETHICAL BEHAVIOR IN ORGANIZATIONS, FROM THE PERCEPTION OF STUDENTS IN A BUSINESS SCHOOL

Jonatas Guilherme da Silva Martins *
jow_guilherme@hotmail.com

Patrícia Martins Fagundes Cabral **
patriciamf@unisinios.br

José Carlos da Silva Freitas Junior***
josecf@unisinios.br

* Universidade do Vale do Rio do Sinos (UNISINOS) – Brasil

** Universidade do Vale do Rio do Sinos (UNISINOS) – Brasil

*** Universidade do Vale do Rio do Sinos (UNISINOS) - Brasil

Resumo

O presente estudo objetivou analisar a percepção ética em alunos de uma Escola de Negócios em uma Universidade privada no Sul do Brasil. A pesquisa foi realizada em duas etapas, sendo uma quantitativa e outra qualitativa. A amostra foi composta por alunos dos níveis de graduação, *lato* e *stricto sensu*. Os alunos participantes responderam a Escala de Percepção Comportamentos Éticos Organizacionais–EPCEO (GOMIDE et al., 2003), que foi respondida juntamente com um novo instrumento, para que pudesse aferir a percepção dos alunos também em relação à Instituição de Ensino Superior (IES) onde estudam, além dos dados sócio demográficos para contribuir com a análise estatística multivariada a qual o estudo se propõe. Entre os principais resultados, identificou-se questões pertinentes, como a necessidade, por parte dos colaboradores em participar das tomadas de decisões empresariais, e também, na percepção de alunos do nível *stricto sensu*, em relação a necessidade da participação em projetos sociais ou demais atividades que envolvam o assunto da ética. Em relação às limitações deste estudo, pode-se considerar, que seria recomendado a aplicação da pesquisa nos demais campus da IES, sendo essa também uma recomendação para pesquisas futuras, assim como a pesquisa da mesma área.

PALAVRAS CHAVE: Ética. Ética Empresarial. Ética Educacional. Percepção Ética.

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la percepción ética de los estudiantes en una escuela de negocios en una universidad privada en el sur de Brasil. La investigación se realizó en dos etapas, una cuantitativa y otra cualitativa. La muestra consistió en estudiantes de pregrado, amplios y estrictos *sensu*. Los estudiantes participantes respondieron la Escala Percibida de Comportamientos Organizacionales Éticos - EPCEO (GOMIDE et al., 2003), que fue respondida junto con un nuevo instrumento, para que pudiera evaluar la percepción de los estudiantes también en relación con la Institución de Educación Superior (IES) donde estudian, además de datos sociodemográficos para contribuir al análisis estadístico multivariado que propone el estudio. Entre los principales resultados se identificaron cuestiones pertinentes, como la necesidad, por parte de los empleados, de participar en la toma de decisiones empresariales, y también, en la percepción de los estudiantes en el nivel estricto, en

relación a la necesidad de participar en proyectos sociales u otros. actividades relacionadas con el tema de la ética. Respecto a las limitaciones de este estudio, se puede considerar que sería recomendable aplicar la investigación en los otros campus del IES, lo que también es una recomendación para futuras investigaciones, así como investigaciones en la misma área.

PALABRAS CLAVE: Principio moral. Ética de negocios. Ética educativa. Percepción ética.

Abstract

This study aimed to analyze the ethical perception in students of a private Higher Educational Institution in the Southern of Brazil. The research was conducted in two stages, one quantitative and one qualitative. The sample consisted of students from undergraduate levels, *lato* and *stricto sensu*. The participating students answered the Organizational Ethical Behaviors Perception Scale - OEBPS (GOMIDE et al., 2003), The participating students answered the Organizational Ethical Behaviors Perception Scale - OEBPS (GOMIDE et al., 2003), which was answered together with a new instrument, so that it could measure the students' perception also in relation to the Higher Education Institution (HEI) where they study, in addition to the socio-demographic data to contribute to the multivariate statistical analysis that the study proposes. Among the main results, relevant issues were identified, such as the need for employees to participate in business decision making, also, in the perception of students at the *stricto sensu* level. in relation to the need to participate in social or other projects. activities involving the subject of ethics. Regarding the limitations of this study, it can be considered that it would be recommended to apply the research in the other HEI campuses, which is also a recommendation for future research, as well as research in the same area.

KEYWORDS: Ethics. Business Ethics. Educational Ethics. Ethical Perception.

1. Introdução

Por sermos seres sociais, vivemos diariamente situações em que são necessárias escolhas norteadas por princípios e valores, que precisam ser decididos, julgados e avaliados. Por meio das escolhas que tomamos, a vida de outras pessoas pode ser afetada, tanto positivamente, quanto negativamente. Cada decisão gera uma ação e essa ação causa transformação nos meios e nos indivíduos com os quais convivemos. Por esta razão, torna-se imprescindível a reflexão e provocação pela discussão sobre a ética. Marcondes (2017) comenta que a constatação de que vivemos uma crise da ética tende a ser uma percepção comum. O Fórum Econômico Mundial (FEM) divulga todos os anos o seu Relatório de Crescimento e Desenvolvimento que, entre muitos indicadores, traz um ranking entre os 188 países avaliados, elencando os países com menores índices de corrupção e com maior ética nos ambientes políticos e empresariais. No relatório mais recente, referente ao ano de 2017, o primeiro colocado foi Luxemburgo com 5,62 em um total de 7 pontos. O Brasil, por sua vez, ficou com 2,46 (FEM, 2018).

Todos os anos, a *Ethisphere Institute*, líder mundial na definição e promoção dos padrões de práticas de negócios éticos, anuncia as empresas mais éticas do mundo (ETHISPHERE INSTITUTE, 2019). A avaliação abrangeu neste ano de 2019, cerca de 21 nações e 50 indústrias diferentes, e tem apenas 02 (duas) empresas brasileiras. No ano de 2018, era apenas uma, a Natura Cosméticos, que se manteve pela nona vez e tem agora neste seleto grupo, a também brasileira Vivo Telecomunicações, entre as 128 empresas selecionadas. Por ter ainda poucas representantes neste ranking, fica evidente a necessidade de melhorias e avanços relacionados a ética, dentro das organizações brasileiras. Conforme Lennan, Semensato Oliva (2015, p. 461), “A responsabilidade ética está relacionada à capacidade da organização de tomar decisões voltadas não apenas ao lucro, mas também aos interesses da sociedade e

dos *stakeholders*¹”.

Outro importante ator social são as universidades, principalmente porque são responsáveis pela formação de lideranças por meio de suas escolas de negócios. Para Reis e Bandos (2012), cabe às Instituições de Ensino Superior – IES trazerem ao conhecimento de seus alunos os problemas sociais, em geral e de forma particular da sua região ou cidade, para que por meio destes problemas possam criar soluções, inovações e desempenhar seu papel de responsabilidade social junto a sociedade. Pois, segundo Lennan, Semensato e Oliva (2015), é evidente a carência de informações e divulgação de práticas relacionadas à Responsabilidade Social Empresarial (RSE) por parte das IES no Brasil. Segundo Sedigh (2016), as universidades precisam implantar programas de ética, pois necessitam, mais que gerar conhecimento, fazer projeções sociais e formar profissionais integrais e também lutar contra a corrupção. E, além disso, promover um ambiente favorável a práticas éticas, deixando em seus valores e em sua visão os objetivos bem claros e estabelecidos. As IES, como afirmam Toro e Rodríguez (2017), têm a responsabilidade de abordar e conscientizar seus alunos sobre os problemas éticos que enfrentarão na prática em seus trabalhos e devem garantir que o ensino de ética organizacional seja parte integrante do currículo de qualquer profissão.

A teoria na área da ética empresarial é considerada uma teoria ainda emergente, Toro e Rodriguez (2017, p. 168) comentam que “A ética nas organizações é um tópico relativamente novo para as ciências da administração, porque somente no final dos anos setenta e nos primeiros dos anos oitenta se consolidou como especialidade”.

Abordar a ética, considerando a percepção pessoal de cada indivíduo, é um fator importante, por tratar-se de um campo filosófico e reflexivo, que divide opiniões e posicionamentos teóricos. O presente estudo buscou identificar, por meio da percepção, as respostas e os posicionamentos que sua amostra, composta por alunos dos níveis de graduação, *lato* e *stricto sensu*, de uma Escola de Negócios em uma Universidade privada no sul do Brasil, tem sobre a universidade onde estuda e sobre as empresas onde atua profissionalmente. Para Vasco e Zakrzewski (2010, p.18), “Pesquisas têm demonstrado que cada indivíduo percebe, reage e responde diferentemente às ações sobre o ambiente em que vive” e, por isso, a relevância de buscar compreender quais as percepções que são identificadas dentro de cada realidade, pelas pessoas que compõe cada organização, equipe ou grupo.

Assim, considerando o contexto atual, e percebendo a necessidade de pesquisas no campo da ética, o presente trabalho tem como problema a seguinte questão: Qual a percepção de alunos da Escola de Negócios de uma Instituição de Ensino Superior (IES) sobre o comportamento ético nas suas organizações acadêmicas e profissionais? E para responder este problema de pesquisa, o objetivo geral é: “Analisar a percepção de alunos profissionais da Escola de Negócios de uma IES sobre o comportamento ético em suas organizações”. Este artigo ainda tem como objetivo específico: “Verificar como e se as organizações contribuem para a formação de lideranças éticas”.

2. Fundamentação Teórica

2.1 Problematizando a Ética

A ética, que deriva do termo “*êthos*”, significa, segundo Aristóteles (384-322 a.C.), “ciência do costume” ou “uso” ou “costume”, pois segundo Vásquez (2017, p.71) “Uma parte do comportamento moral – precisamente a mais estável – manifesta-se na forma de hábitos e costumes. Ainda, Vásquez (2017) comenta que a ética é a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade, pode ter muitas definições, conceitos ou significados interpretativos e filosóficos diferentes, porque faz

¹ **Stackholders**: partes interessadas, é um dos termos utilizados em diversas áreas como gestão de projetos, comunicação social administração e arquitetura de software referente às partes interessadas que devem estar de acordo com as práticas de governança corporativa executadas pela empresa.

parte da vida dos seres humanos e pode ser encontrada nos mais diversos contextos.

Para Neves, Garrido e Simões (2015, p. 150), “A ética avalia e busca a justificação das escolhas no âmbito do que se considera adequado do ponto de vista dos deveres e das obrigações morais numa dada sociedade e/ou num grupo social específico”.

Para Cortella (2015, p. 105), “É impossível pensar em ética se a gente não pensar em convivência. Afinal, o que é ética? A ética é o que marca a fronteira da nossa convivência”. Linsley (2015) comenta sobre a “ética do cuidado”, que julga necessário que assumamos a responsabilidade de cuidar o outro, avaliar as situações e pessoas em relações recíprocas e que considera que cada indivíduo tem suas especificidades.

Uma das áreas onde questões éticas devem ser constantemente refletidas e discutidas é a área dos negócios, pois segundo Chan; Othman e Joned (2011) dentre tantas atividades e tomadas de decisões, que são desempenhadas pelos gestores empresariais, em suas rotinas, é cada vez mais comum o aumento de dilemas éticos – os quais os mesmos precisam enfrentar. Draft (2016) apud Cabral (2017, p. 30) definem o dilema ético como:

Um dilema ético, portanto, se instala quando nos deparamos com uma situação onde todas as alternativas de escolha ou de comportamentos são consideradas indesejáveis, em função das potenciais consequências negativas. Portanto, o ato de distinguir o “certo” do “errado” não se resolve com um pensamento linear e objetivo, até mesmo porque a maior parte dos dilemas éticos envolve um conflito, dentre as necessidades e os interesses entre parte e todo (por exemplo, indivíduo e organização; ou organização e sociedade, etc.)

Estes dilemas são, segundo Carlson, Kacmar e Wadsworth (2009), inevitavelmente associados a tomadas de decisões, nos quais o indivíduo utiliza sua base moral para definir se determinada situação é certa ou errada. Com isso, forma-se o que Forsyth (1980; 1992) chama de ideologia ética, que é a avaliação que este indivíduo faz sobre um dilema ético e demonstra, assim, o seu próprio sistema integrado de normas éticas.

Esta ideologia, conforme Nergiz, Kozak e Balta (2011), é construída por meio de aspectos e situações qualificáveis, que são formados por meio de fatores ambientais, culturais, familiares, religiosos, hábitos e costumes, valores e estrutura socioeconômica. Assim, entende-se que muitos são os fatores que contribuem para a formação de um posicionamento frente a determinada situação e, mais do que posição, são percebidos estágios cognitivos perante os dilemas éticos enfrentados. O modelo de Rest (1986) apud Cardoso et al. (2017) é um dos mais importantes modelos de tomadas de decisões no âmbito organizacional, elenca quatro etapas, que demonstram exatamente o dilema como um todo, desde sua (1) identificação do dilema, a constatação de sua existência, a (2) reflexão – Rest (1986) apud Cardoso et al. (2017) vai chamar de julgamento – até passar pelo campo da (3) intenção. Por fim, o (4) comportamento ético, que seria de fato a ação, após a passagem pelas três etapas anteriores.

Por haver paradigmas envolvidos – e, assim, visões e posicionamentos opostos dentro destas situações – existem posicionamentos e teorias diferentes para a definição da ética, segundo Forsyth (1980; 1992), a ética pode ser dividida entre são o idealista ou relativista. E, para entender a diferença entre estes dois perfis, Cardoso et al. (2017) comentam que o idealismo envolve a extensão da preocupação que uma pessoa tem com o bem-estar coletivo, e que sempre a ação correta resultará nas consequências desejáveis. Os indivíduos muito idealistas são, segundo Karande, Rao e Singhapakdi (2002), pessoas que acreditam que prejudicar os outros é sempre evitável.

Já os relativistas terão a visão de que o dano às vezes é necessário para produzir o bem (FORSYTH, 1980; 1992). Os relativistas, segundo Cardoso et al. (2017), são os indivíduos que rejeitam as regras morais universais, são as pessoas que consideram que as regras morais existem em função do contexto cultural, situacional, temporal e local.

Mas, além do idealismo e relativismo, a teoria nos apresenta outras perspectivas que abordam

diretamente a ética. Dentro delas, existe a teoria consequencialista que, de acordo com Cruz (2017), pode ser Maquiavelista ou Utilitarista; que Neves (2010) vai chamar de utilitarismo de ato e utilitarismo de regras. O mesmo autor diz que essa teoria rejeita o egoísmo, pois acredita que o indivíduo não pode buscar apenas o próprio interesse. Outra teoria é a deontológica que, segundo a definição de Neves (2010), que diz que na deontologia o valor moral está nas regras; dentro desta teoria, a “fonte do bem” está nas ações que seguem normas ou ação moral. Ainda uma outra definição de ética é a chamada ética da virtude, que tem origem aristotélica. Para Neves (2010, p. 348), “Esta teoria resume-se na frase “O que vale é a intenção”, e não o que o agente faz, mas as determinações de caráter que motivaram estas intenções, que vão possibilitar as pessoas viver bem em uma sociedade”.

O que se pode perceber é que nenhuma destas teorias pode ser considerada predominante na sociedade atual, porque todas elas, com seus posicionamentos ou diferenças, são definições de éticas com seus paradigmas e definições teóricas, não deixam de ser conceitos que definem a ciência da ética. Como defende Argandoña (1997) apud Cardoso et al. (2017), que diz que a ética é uma ciência e não uma crença ou consenso político que busca compreender o comportamento dos homens para buscar a definição de qual o seu comportamento ideal.

2.2 Ética na Formação de Competências de Liderança nas IES

Uma importante fase da vida educacional de uma pessoa compreende o período de sua formação acadêmica em nível superior. Muitas são as mudanças e transformações ocasionadas e percebidas. Sendo assim, a abordagem da ética é um importante elemento dentro desta formação para preparar e instruir os indivíduos em suas vivências profissionais. Neves, Garrido e Simões (2015, p.149) questionam “Aprende-se, ou ensina-se, a agir eticamente?”, e estes autores mais à frente respondem que:

Avaliar o carácter problemático de uma situação em termos éticos e saber como conduzir o subsequente processo de tomada de decisão podem, assim, constituir-se como competências pessoais, suscetíveis de aprendizagem, reflexão e treino como quaisquer outras. (NEVES, GARRIDO E SIMÕES, 2015, P.149).

No Brasil, a Lei nº 13.005/2014, aprovada pelo Plano Nacional de Educação (PNE), em seu Artigo 2º, inciso V, tem entre suas diretrizes a “formação para o trabalho e para a cidadania, com ênfase nos valores morais e éticos em que se fundamenta a sociedade” (PNE, 2014). Ou seja, existe por meio do PNE – que é uma lei ordinária, que traçou um plano de diretrizes, metas e estratégias de conscientização no campo educacional para a década, entre os anos de 2014 e 2024 – a inserção e/ou introdução da ética por meio da educação. As IES são instituições que “têm a responsabilidade de conscientizar seus alunos sobre os problemas éticos que enfrentarão no local de trabalho e devem garantir que o ensino de ética organizacional seja parte integrante do currículo de qualquer profissional”. (TORO; RODRIGUEZ, 2017, p.168).

Desde 1974, a *Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB)* passou a exigir a inclusão da ética nos currículos das escolas de negócios certificadas por seus programas. Em 1991, definiu padrões de treinamento e, entre os anos de 2003 e 2013, retificou o ensino da ética organizacional como um elemento principal para emitir seu credenciamento. A instituição, que foi criada em 1916, interliga hoje mais de 1.600 empresas e mais de 800 escolas de negócios no mundo.

Em um dos relatórios da AACSB International (2004, p. 7), a instituição citou que “a crise da ética nos negócios não é apenas um desafio para as empresas, mas também uma oportunidade fortalecer a educação gerencial”.

Para a organização, é necessária a inserção da ética “Da graduação aos níveis de mestrado e doutorado, as escolas de negócios devem incentivar os alunos desenvolver uma profunda compreensão dos inúmeros desafios que envolvem a responsabilidade corporativa e governança corporativa” (AACSB, 2004, p. 8). A instituição também reconhece que existem necessidades individuais em cada

Escola de Negócios, porém elenca quatro pilares que são considerados essenciais em qualquer contexto de formação executiva, sendo eles: a responsabilidade da empresa com a sociedade; tomada de decisão ética; liderança ética e governança corporativa. Pois apesar das individualidades de cada contexto, pesquisas revelaram que as pessoas em diversos países do mundo tendem a identificar um conjunto semelhante de valores, isso demonstra que, pessoas de diferentes culturas, na maioria das vezes concordam que questões como a honestidade, justiça, e respeito pela vida humana, por exemplo, são importantes (AACSB, 2004).

Guimarães e Oliveira (2015) falam que o debate sobre ética no âmbito da academia e empresarial são indissociáveis quando fazem parte de dilemas que muitas vezes nascem dentro do ambiente educacional e que já poderiam receber elucidações se trabalhados em momento propício.

Mas é evidente que não é uma tarefa fácil quando falamos de uma questão complexa e filosófica como a ética. Junior, Lopes e Westphal (2014, p. 60) comentam que “Se a ética no dia a dia já se apresenta como um assunto complexo, quando o foco de discussão é seu ensino nas escolas de negócios, a tarefa se torna mais desafiadora ainda”.

Sendo assim, as universidades necessitam mais do que abordar a ética, precisam desenvolver competências em seus discentes, competências estas que, segundo Caveião (2016), são o conjunto de Conhecimentos, Habilidades e Atitudes (CHA). Caveião (2016, p. 19) também diz que “Competência é uma palavra do senso comum, utilizada para designar uma pessoa qualificada para realizar alguma coisa”. Desta forma, entende-se que, dentro das competências trabalhadas e desenvolvidas nas disciplinas acadêmicas, a ética necessita ser um dos pilares para que o aluno não aprenda apenas um conjunto de regras ou normas de conduta, mas que seja capaz de desenvolver e/ou construir um pensamento crítico, tendo capacidade de se posicionar perante dilemas éticos que venha a enfrentar durante a formação acadêmica ou em sua carreira profissional.

Bitencourt (2004) aborda que a gestão por competências vem como uma resposta de capacitação, trazendo importantes reflexões sobre o significado do trabalho, o papel do indivíduo e educação continuada, defendendo o aprendizado contínuo e o aprimoramento das competências já desenvolvidas. Sousa, Leite e Afonsêca (2006, p. 06) comentam que “as IES tem o dever de proporcionar ao estudante uma visão integrada para que ele possa se inserir no contexto social e tanto a instituição como o discente, futuro profissional, devem intervir provocando mudanças que venham beneficiar a sociedade ou parte dela”. E reconhecer, assim como dito por Junior, Lopes e Westphal (2014), que, mesmo diante das dificuldades enfrentadas, não há razão para imaginar que não se possa ensinar ética nas universidades.

2.3 Comportamento Ético Organizacional

O comportamento ético organizacional é algo que merece cada vez mais atenção, pois, segundo Osório e Rodriguez (2018, p. 60), “As organizações são a criação mais poderosa do ser humano e, no entanto, também as mais perigosas, porque podem ser usadas para a busca do bem comum ou para a realização de fins egoístas”.

Com isso, toda organização está sujeita a julgamentos e dilemas éticos. Conforme Neves, Garrido e Simões (2015), existem três tipos de organizações, que são: empresas que já tiveram problemas éticos, as que estão enfrentando um problema ou as que ainda terão problemas em relação à ética. Cortella (2015, p. 107), afirma que:

Uma empresa para trazer a ética para o dia a dia precisa manter vivas estas questões entre seus funcionários, fomentando a reflexão e o comportamento crítico. Parodiando a antiga e verdadeira frase sobre democracia, a ética é uma plantinha frágil que deve ser regada diariamente. E a melhor forma de fazer isso é trazer o tema para o cotidiano, lembrando que a ética não é algo que nos dê conforto, mas algo que nos coloca dilemas.

Osório e Rodriguez (2018, p. 61) comentam que “Infelizmente, a maioria das organizações que têm programas de ética, só realizam avaliações de eficiência, deixando de lado a preocupação com o efeito no comportamento”. Ou seja, muitas vezes a eficácia não é contemplada, nem mesmo mensurada para saber se de fato está atingindo os objetivos propostos pelo programa.

Cortina (2003, p. 39) defende que “Uma boa ética empresarial também desempenha um papel substancial no êxito econômico, embora essa relação seja frequentemente ignorada”, e considera a questão de que o que é bom para o mundo não é bom para a empresa e vice-versa, que existe uma sinergia entre mundo e empresa, de tal forma que o que acontece com um repercute no outro, positiva ou negativamente. O estudo de Block et al. (2015), realizado entre os anos de 2009 e 2011, com mais de 14.000 funcionários de 53 companhias diferentes, buscou entender quais influências e benefícios, atividades e investimentos filantrópicos causavam nos colaboradores internos das organizações. Os resultados demonstraram que os funcionários das empresas com maiores engajamentos filantrópicos apresentaram benefícios evidentes, principalmente em relação a atitudes emocionais.

Quando falamos sobre ética empresarial, fica quase indissociável o termo de Responsabilidade Social, visto que alguns autores associam que empresas responsáveis são resultado de pessoas éticas. Jesus, Sarmiento e Duarte (2017) dizem que o aparecimento de conceitos como a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) veio a contribuir para que houvessem organizações mais transparentes, nas quais é efetivo o compromisso ético.

Por meio do apelo pela conscientização e o acesso às informações estarem mais próximos aos consumidores, nas primeiras décadas do século XXI, percebeu-se uma crescente mobilização das pessoas, unidas em sociedade, de empresas e de organizações que surgiram ou se destacaram com seus projetos sociais.

Block et al. (2015, p. 01) comentam que “a filantropia corporativa desempenha um papel importante nas estratégias atuais de muitas grandes corporações” e dizem, também, que ajudam na reputação externa com partes interessadas, melhoram o relacionamento com a comunidade, na qual estão inseridas e fortalecem a imagem das empresas. Por estes motivos todos os investimentos em filantropia tem se tornado parte relevante dos planejamentos estratégicos (BLOCK et al., 2015).

Para Lennan, Semensato e Oliva (2015), a RSE não está ligada apenas aos aspectos da governança, transparência e valores empresariais, mas também se debatem aspectos ligados ao meio ambiente, à relação com a comunidade, ao governo e à sociedade, à seleção, avaliação e parceria com os fornecedores, ao relacionamento com os clientes, entre outros. Ou seja, as empresas passam a se preocupar com os impactos causados fora do âmbito organizacional. Cortella (2015, p. 125) defende que “a decisão de um dilema é sempre individual. Mas as suas consequências podem afetar muitas outras pessoas”; sendo assim, refletir os impactos das decisões é imprescindível.

3. Método

Para atender aos objetivos propostos neste estudo, foi identificada a necessidade de uma investigação de natureza descritiva e exploratória, e o levantamento de dados foi realizado por meio de uma pesquisa mista, ou seja, teve uma etapa quantitativa e outra qualitativa.

A pesquisa caracteriza-se como pesquisa de campo pela identificação da necessidade de verificar a percepção dos alunos da Escola de Negócios a respeito da ética em suas organizações. Isso só foi possível por meio de coletas de dados efetivamente em campo.

Os participantes da amostra da pesquisa foram alunos de uma Escola de Negócios de uma universidade privada no Sul do Brasil, que fazem parte dos níveis de graduação, *lato e stricto sensu*. Esta amostra foi definida de acordo com o critério de acessibilidade (RICHARDSON, 2012).

Consonante às condições éticas, esta pesquisa atende à Resolução 466/2012 e, como tal, este projeto foi registrado na Plataforma Brasil e, conseqüentemente, submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Unisinos. Entre as exigências da referida resolução, há a obrigatoriedade de que os participantes fossem esclarecidos sobre os procedimentos adotados durante toda a pesquisa e sobre os

possíveis riscos e benefícios, para isso foi fornecido para todos os participantes da pesquisa, em todas as etapas, um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, além do fornecimento de uma Carta de Anuência, por parte da Universidade onde a pesquisa foi realizada.

Foram coletadas respostas dos variados níveis de formação executiva, porém com uma escala de classificação, na qual foi possível identificar o perfil dos respondentes. A Instituição tem três pólos educacionais, todos no estado do Rio Grande do Sul, e foi escolhido o campus de Porto Alegre para aplicação da pesquisa. Em números, a Escola de Negócios e Negócios (EGN) tem, no seu Campus de São Leopoldo, cerca de 2.275 alunos entre os níveis graduação, *lato* e *stricto sensu*. Já no Campus de Porto Alegre, são 912 alunos, totalizando 3.187 alunos em toda a EGN, sendo estes números correspondentes ao ano de 2018. A etapa quantitativa contou com uma amostra de 297 alunos.

A realização de um grupo focal, onde se discutiu a respeito do assunto da ética, aconteceu durante um grupo de pesquisa de Gestão de Pessoas e Liderança, que se reúne mensalmente nas dependências da Universidade, no Campus de Porto Alegre. A escolha de aplicar o grupo focal neste grupo se deu pelo critério de acessibilidade. O grupo de pesquisa é composto por alunos, em maior parte do nível *stricto sensu*, mas, na ocasião, estavam presentes, também, alunos da graduação e *lato sensu*. A amostra desta etapa contou com 10 (dez) alunos da EGN.

E, por fim, ainda se realizou uma entrevista com a Professora Decana da Escola de Negócios, na qual foi possível identificar as ações, estratégias e posicionamentos que a escola está buscando para inserção da ética nos cursos que fazem parte de sua grade. Foi oportuna a coleta destas informações, também pelo motivo da EGN estar passando pelo processo de acreditação da AACSB, uma importante certificação que poderá colocar a EGN em um seleto grupo de escolas de negócios, com reconhecimento global. E, por esta certificação ter como uma das principais recomendações, a abordagem da ética nos cursos pertencentes à EGN, por meio de projetos nas áreas de engajamento, inovação e impacto social. Na etapa quantitativa deste estudo, foi utilizado um questionário e a técnica de coletas de dados foi o levantamento de dados, ou *survey*, que, segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 57), “esse tipo de pesquisa ocorre quando envolve a interrogação direta das pessoas cujo comportamento desejamos conhecer através de algum tipo de questionário”.

Para isso, a escala escolhida foi a Escala de Percepção de Comportamentos Éticos - EPCEO, que foi construída com base nos estudos de Gomide Jr. e colaboradores (2003). O instrumento final ficou composto por 20 itens distribuídos em dois fatores. O primeiro fator é Gestão do Sistema (com 14 itens), o segundo fator foi denominado Orientação para o cliente (com 6 itens).

Além dos itens que já compõe a escala original, foram adicionados dois itens à escala EPCEO para o presente estudo. Os itens buscam identificar se as empresas nas quais os discentes estão inseridos como profissionais realizam palestras, treinamentos, entre outras medidas para abordagem da ética no âmbito profissional. E outra questão que aborda os direitos e deveres dos discentes em seus ambientes profissionais foi desmembrada e agora forma duas questões, e não apenas uma, como na escala original. Esta medida foi tomada, pois entende-se que, em alguns casos, possa haver o cumprimento de deveres e descumprimentos dos direitos, ou vice-versa. Além disso, foi anexado, junto à escala EPCEO, um novo instrumento com questões que foram respondidas pelos discentes em relação às suas percepções éticas sobre a IES na qual estudam e, por fim, mais um conjunto de questões que busca identificar os perfis sociodemográficos dos respondentes.

4. Análise de Resultados

4.1. Resultados Quantitativos

Identificou-se um maior número de homens presentes nos cursos da EN, chegando a 67% as respostas masculinas e 33% respostas femininas. Já a idade média dos pesquisados foi de 38,15 anos, com desvio padrão de 10,09 anos. Com isso, o coeficiente de variação dos dados foi de 26,43%. A

diferença de idade entre o mais velho (61 anos) e o mais jovem pesquisado (17 anos) foi de 44 anos, o que representa uma amplitude grande de perfil pesquisado. As idades mais frequentes foram de 40 (23 respondentes) e 36 anos (20 respondentes). A maior concentração ficou entre 36 e 40 anos (88), representando quase 30% da amostra.

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

Para dar início à etapa de análise dos dados quantitativos, inicialmente todas as respostas da etapa quantitativa foram reunidas em uma única planilha, para que fosse possível filtrar e manipular os dados de maneira organizada. Posteriormente a isso, os dados foram importados para o *software* IBM® SPSS® *Statistics Package for the Social Sciences* versão 22, que é “um *software* de análise estatística que fornece os principais recursos necessários para executar um processo de análise do início ao fim” (NOVATO, 2014). O *software* SPSS é considerado um dos principais *softwares* para análise de dados quantitativos. Por meio dos resultados obtidos, foram utilizadas as estatísticas descritiva e multivariada para explicar os resultados obtidos. Por meio destas análises, foi possível identificar a média, desvio padrão, coeficiente de variação (Tabelas 2 e 3) e índice de confiança.

Para que fosse atestada a confiabilidade das escalas utilizadas, foram feitos testes de consistência interna, por meio do *Alfa de Cronbach*, que é um teste que avalia se o instrumento utilizado consegue medir ou inferir o que de fato se propõe. Para se analisar os valores de α , deve verificar o resultado que deverá ser de 0 a 1,0; sendo que quanto mais próximo de 1, maior confiabilidade entre os indicadores.

Neste presente estudo o *Alfa de Cronbach* foi verificado nos dois instrumentos utilizados separadamente. Primeiramente, calculou-se o α das questões correspondentes a percepção dos alunos em relação a IES, na qual estudam, este instrumento era composto por 7 questões (questões de nº 4 a 10), sendo que uma delas (questão nº 6), possuía resultado reverso em relação as outras questões deste instrumento, com isso, foram invertidos os valores dos resultados desta questão, o α obteve resultado de 0,72, sendo considerado uma boa consistência entre as questões.

Logo após, foram calculados o α das questões que compõe a Escala de Percepção de Comportamentos Éticos Organizacionais (EPCEO), e nesta os resultados de α encontrados foram os seguintes: considerando todas as 22 questões, (nº 19 a 40), que fazem parte da escala deste estudo, o resultado de α ficou em 0,89, um resultado considerado satisfatório. Mas foram também calculados os α de acordo com os fatores, que originalmente compõe a escala em sua criação, sendo que 06 questões são referentes ao fator “orientação para o cliente”, (questões 20, 21, 22, 23, 27 e 37) as demais 16 questões ficaram relacionadas ao fator “gestão do sistema”. No cálculo do α nas 06 questões de “orientação ao cliente”, o resultado do α foi de 0,75 e nas questões do fator de “gestão do sistema” o resultado do α foi de 0,86. As duas questões mencionadas anteriormente, as quais foram adicionadas a EPCEO, ficaram no fator de “gestão do sistema”, que apresentou um resultado melhor do que o fator de “orientação ao cliente”, com isso, é possível afirmar que, mesmo com as adições destas questões, não ocorreram alterações de confiabilidade da escala.

Foram também realizadas análises de validades, como cuidado metodológico, através de Análise Fatorial Confirmatória, que de acordo com Carvalho (2017) a “análise fatorial confirmatória (CFA) é uma abordagem que permite verificar se as variáveis realmente estão associadas aos seus respectivos fatores pressupostos”. Para isso, foram utilizados os testes de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) e o Teste de Esfericidade de *Bartlett*.

Assim como no *Alfa de Cronbach*, o KMO varia de 0 a 1,00, sendo que quanto mais próximo de 1,00, demonstra maior adequação da escala. No teste realizado neste estudo, o KMO também foi calculado separadamente para cada um dos instrumentos, primeiramente o instrumento referente as questões relacionadas a percepção referente a IES, obteve um resultado de 0,78, que é considerado por Hair et al. (2009), como um resultado satisfatório, pois está acima de 0,70. E quando o resultado de KMO for favorável, juntamente com o Teste de Esfericidade de *Bartlett* com um *P-value* <0,01,

considera-se que existe significativa correlação entre as variáveis. Neste caso a significância (sig) foi de 0,00, ou seja, menor que 0,01, o que demonstra a confirmação dos dados, conforme estabelecido que sig < 0,05, sendo este mais um indicador favorável para a matriz.

Os testes de validação realizados pelo KMO e pelo Teste de Esfericidade de *Bartlett*, apresentam também as “comunalidades” entre as questões, e no instrumento de percepção, referente a IES, que foi composto por 7 questões, o teste encontrou dois *clusters* ou componentes, sendo que cada conjunto foi composto pelas seguintes questões: *Cluster 1* (8, 7, 10 e 9) e *Cluster 2* (6, 5, 4). De um destes *clusters* emergiu um *eigenvalue* superior a 1,0, que explica 56% da variância total.

Já as questões correspondentes a EPCEO, o resultado do KMO foi de 0,90, também considerados satisfatórios e o Teste de Esfericidade de *Bartlett* obteve um resultado *P-value* <0,01. No primeiro teste, as “comunalidades” entre as questões obtiveram 5 *clusters*, de questões, sendo que entre estes 5, emergiu um *eigenvalue* superior a 1,0, que explica 57,2% da variância total.

Para melhor compreensão destes grupos, foi realizado o teste com a fixação de 4 *clusters* e o resultado foi o seguinte: *Cluster 1* (questões: 32, 39, 36, 33, 30, 24, 28, 37 e 31), *Cluster 2* (questões: 23, 22, 21, 27 e 20), *Cluster 3* (40, 38, 34 e 35) e *Cluster 4* (questões: 19, 25, 29 e 26), já neste teste emergiu um *eigenvalue* superior a 1,0, que explica 52,6% da variância total, neste novo teste o KMO e o *P-value* não sofreram variação de resultado.

Importante ressaltar que estes grupos são criados através da análise fatorial das respostas dos pesquisados, mas o que chama atenção é a relação evidente de algumas questões, como as questões que compõe o *Cluster 2*, por exemplo, são todas referentes ao fator “orientação ao cliente”, ou seja, todas são questões que tem relação direta e suas respostas demonstram isso também.

Para sintetizar todos os resultados encontrados nos testes de validade, a seguir será apresentada a Tabela 1 com os principais resultados.

Tabela 1 – Análise de Validade da Escala

Escala	KMO	Sig do Teste de <i>Bartlett</i>	Variância total explicada
Questões referentes a IES (4 a 10)	0,78	< 0,01	56,0%
Questões EPCEO (19 a 40) 5 <i>clusters</i>	0,90	< 0,01	57,2%
Questões EPCEO (19 a 40) 4 <i>clusters</i>	0,90	< 0,01	52,6%

Fonte: Dados da pesquisa.

A seguir serão apresentadas as questões que compõe a escala que buscou identificar a percepção dos discentes em relação a Escola de Gestão e Negócios (EGN) à qual estudam, seguido dos principais achados em relação a este grupo de perguntas.

Tabela 2 – Estatística Descritiva da Amostra de um grupo de questões referentes a percepção sobre a IES

Questões de Percepção em Relação a IES	Média	Desvio Padrão	Coefficiente de variação	Amostra
Já obtive algum tipo de capacitação, treinamento, palestra, curso sobre ética.	3,17	0,99	31,37	297
Já obtive alguma atividade, ou envolvimento com ações sociais, através dessa IES.	2,98	1,19	39,73	297
Sinto falta de disciplinas, palestras ou atividades acadêmicas que tragam o assunto da ética em discussão.	2,52	0,93	36,90	297

Considero que na escola de negócios, estou sendo capacitado ser um gestor bem preparado para tomada de decisões e a ter posturas éticas perante minhas escolhas profissionais.	3,37	0,69	20,52	297
--	------	------	-------	-----

Posso utilizar alguns dos conhecimentos adquiridos na minha universidade para resolver algum dilema ético em minha organização.	3,24	0,69	21,27	297
---	------	------	-------	-----

O curso que frequento aborda a temática da ética.	3,08	0,83	26,81	297
---	------	------	-------	-----

Já utilizei na prática algum ensino ético aprendido neste curso.	2,77	0,87	31,46	297
--	------	------	-------	-----

Fonte: Dados da pesquisa.

Na Tabela 2, referente às questões de percepção em relação à IES, a questão “sinto falta de disciplinas, palestras ou atividades acadêmicas que tragam o assunto da ética em discussão” – apesar de ficar com a menor média, demonstrando um resultado relativamente favorável, podendo considerar que para uma parcela dos alunos o tema da ética já é discutido ou abordado – apresentou um dos maiores coeficientes de variação.

Com isso, percebe-se que existe maior diferença entre as respostas. Já na etapa qualitativa, que foi realizada através de um grupo focal com alunos da mesma IES, identificou-se que os alunos percebem não existir disciplinas, seminários ou eventos que abordem exclusivamente o assunto da ética; porém, no discurso de alguns dos participantes, os mesmos identificam que a ética é tratada em meio aos demais assuntos das disciplinas, como verbaliza uma das participantes:

Aí tu olha em marketing, uma visão de ecossistema (...), a gente também tá falando de questões de stakeholders, gestão de pessoas também. Quando a gente fala de liderança tóxica, quando a professora faz algumas intervenções, pergunta, ‘tá, mas tu tá fazendo isso a serviço de quê?’, eu acho que a gente tá discutindo ética. (Participante do Grupo Focal, 2018).

Na questão “Já obtive alguma atividade, ou envolvimento com ações sociais, através dessa IES”, identificou-se um coeficiente de variação de 39,73. O motivo para uma diferença grande entre as respostas foi identificado na entrevista com a Professora Decana da Escola de Negócios em questão. Ela fala de ações que envolvem alunos dos cursos de graduação em projetos sociais. Estas ações não estão ainda implantadas nos cursos do *lato* e *stricto sensu*, podendo ser este um dos principais fatores pelos quais houve maior diferença entre as respostas da amostra.

Tabela 3 – Escala de percepção de comportamentos éticos organizacionais – EPCEO

A empresa onde trabalho trabalhei...	Média	Desvio padrão	Coefficiente de variação	Amostra
Oferece oportunidade para correção de erros	3,34	0,63	18,91	278
Oferece seus produtos a preços competitivos	3,56	0,58	16,24	278
Oferece seus produtos nos prazos prometidos	3,38	0,61	17,91	278
Presta informações precisas e objetivas a seus clientes, quando solicitada	3,49	0,54	15,33	278
Respeita e valoriza seus clientes	3,64	0,51	14,03	278
Trata com igualdade todos os empregados	3,00	0,76	25,59	278
Trata seus empregados, na empresa, como possuidores de direitos	3,44	0,63	18,36	278

Trata seus empregados, na empresa, como possuidores de deveres	3,45	0,64	18,66	278
Busca assegurar honestidade em suas transações com seus clientes	3,70	0,49	13,28	278
Reconhece, publicamente, dentro e/ou fora da empresa, os trabalhos bem-feitos	3,22	0,71	22,05	278
Possui políticas que impedem que seus empregados sejam humilhados e/ou discriminados na empresa	3,20	0,77	24,12	278
Estabelece prazos compatíveis com as tarefas a serem executadas	3,00	0,71	23,64	278
Possui objetivos que são conhecidos por todos	3,15	0,74	23,57	278
Possui políticas justas de avaliação de seus empregados	2,64	0,86	32,44	278
Possui políticas que permitem a participação de todos nas tomadas de decisão	2,40	0,80	33,32	278
Possui políticas que permitem aos gerentes permanente renovação de seus conhecimentos	3,31	0,71	21,44	278
Possui políticas que são conhecidas por todos	3,04	0,77	25,47	278
Possui regras e normas que foram definidas a partir da consulta a todos os envolvidos	2,38	0,84	35,25	278
Responde, de maneira precisa, as demandas de sua clientela	3,17	0,67	21,17	278
Possui políticas que permitem aos empregados contínua revisão de seus conhecimentos	3,29	0,68	20,62	278
Não modifica as regras e normas sem prévia consulta aos envolvidos	2,37	0,94	39,62	278
Obteve algum tipo de capacitação, treinamento, palestra, curso sobre ética na organização	3,29	0,86	26,04	278

Fonte: Dados da pesquisa.

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

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

Para maior exploração dos resultados encontrados, foram realizados cruzamentos de dados com as respostas, considerando algumas características dos respondentes, como, entre os que desempenha ou não função de liderança, entre os que exercem função de liderança de topo ou intermediária, foram comparadas as respostas por gênero, para identificar se havia alguma percepção diferente entre homens e mulheres, em relação a abordagem da ética. Mas foi na comparação das respostas entre os níveis de formação, ao comparar alunos nos três níveis de formação, sendo eles, graduação, *latu e stricto sensu*, que se identificou a maior variação em uma das questões, em relação a percepção sobre a IES onde estudam. Conforme a figura 1, logo a seguir estão os principais resultados referentes as questões sobre a IES.

4.2 Resultados da Etapa Qualitativa

Na análise qualitativa, foi utilizado o *software* NVivo nos conteúdos gerados através do grupo focal realizado para este estudo. A utilização do *software* permitiu a criação de “nós” como os seguintes: “Ética”, “Educação” e “Negócios”. Estes “nós” foram explorados através da ferramenta “Consulta”, disponível no *software* que permite através da função “Matriz de Codificação” realizar cruzamentos de dados. Foram criados os seguintes tópicos: “Ética & Educação” e “Ética & Negócios”, sendo que no primeiro tópico foram identificadas 15 referências pelo *software*; no segundo tópico foram encontradas 11 referências. Estas referências são trechos das falas que possam estar tratando dos assuntos paralelamente, ou que permitam intersecções entre os assuntos.

As principais referências identificadas e analisadas pelo pesquisador estarão descritas nos quadros abaixo, onde no Quadro 1 estão as principais referências identificadas no cruzamento dos dados em relação aos assuntos Ética & Educação.

Quadro 1 – Referências da Matriz de Codificação: Éticas & Educação

Ética X Educação
<ul style="list-style-type: none"> • “talvez a universidade não divulgue com este nome, né, tão forte, esse termo fosse mais importante também introduzir um pouco mais”. • “Eu tive a cadeira de ética há duas décadas atrás no curso de graduação, mas tava dentro... dentro de uma cadeira de filosofia”. • “Eu, na minha pós, eu tive só uma aula de ética”. • “Eu acho que (talvez) espalhado, talvez tivesse que ser mais elucidado”. • “Então, eu acho pouco falado nas outras cadeiras e isso tá na nossa vida em todos os lugares. Eu acho que... eu sinto falta de debater mais sobre isso”. • “sempre um foco no conhecimento técnico, mas nós estamos tratando de uma área de negócios. Será que não seria o conhecimento técnico a questão da ética? Será que não?”

Fonte: Dados da pesquisa.

Na grande parte das referências identificadas nas falas dos participantes do grupo focal, na Matriz de Codificação entre os termos “Ética & Educação”, identificou-se que, na percepção dos alunos, é necessário abordar de forma mais direta e mais recorrente o assunto da ética. Assim como Sedigh (2016), Toro e Rodriguez (2017), Gama et al. (2013), Weber (1995) e Reis e Bandos (2012) defendem, são importantes, relevantes e necessárias as discussões e o ensino da ética nas Instituições de Ensino Superior. Segundo estes autores, a universidade tem sim como contribuir para a formação ética e, mesmo perante desafios, Junior, Lopes e Westphal (2014) afirmam, também, que é possível o ensino da ética nas Escolas de Negócios.

No Quadro 2, logo a seguir, serão apresentadas as principais referências identificadas na Matriz de Codificação entre os termos Ética e Negócios.

Quadro 2 - referências da Matriz de Codificação: Éticas & Negócios

Ética X Negócios

- “correto e o preço de ser correto em determinadas sociedades é a perda que a gente encontra. Mas eu volto a dizer, é uma questão de escolha”.
- “Agora, da relação com as pessoas, o preconceito de gênero, de raça, de cor, de opção sexual, outras mais variadas coisas, eles eram extremamente antiéticos. Foi o que me levou a não suportar mais e sair. E eu jamais teria essa abordagem lá dentro. Não era nem que... tipo, eles não enxer... eles nem enxergavam”.
- E quando um dia ele colocou, "tu poderia me ajudara convencer uma gestora voltar antes da licença-maternidade", né? Eu disse, "não (isso) não é ético", tipo, "tá doida? ética isso".
- “Mas a gente... quando a gente tá dando o feedback pra outra pessoa, eu acho que nós não podemos nunca pensar na gente, sabe?”.

Fonte: Dados da pesquisa.

As referências identificadas na matriz de codificação “Ética & Negócios” não foram tão centralizadas no mesmo ponto, até pelo motivo das áreas de atuação profissional de cada participante serem diferentes, e também porque vieram exemplos que, em maioria, já foram vivenciados ou presenciados pelos participantes.

Entre importantes pontos identificados nos discursos, percebe-se que uma das participantes fala de uma empresa que cumpria com as obrigações legais, mas, na prática de suas funções, a gestão era preconceituosa em relação à raça, gênero, orientação sexual, entre outros, sendo que este é um importante ponto a ser discutido em relação à ética organizacional, pois muito se discute sobre normas e regras a serem obedecidas, porém existem outros elementos que fazem parte de uma cultura organizacional com padrões éticos. Por isso, é importante que o gestor esteja sempre alerta a situações que podem comprometer a inclusão e/ou diversidade dentro das organizações. Brown (2019), em seu estudo, comenta que as pessoas tendem a esconder fatos pessoais importantes no trabalho, tais como orientação sexual, religião, histórico socioeconômico por medo de enfrentar consequências negativas.

Outra colocação interessante é de um dos participantes que trabalhou em duas empresas do mesmo ramo, que tinham ecossistemas parecidos, porém posturas éticas bastante diferentes. Esta informação demonstra que a escolha pela ética é individual e cabe a cada gestor decidir, por suas empresas, as mais adequadas decisões, pois a oportunidade de ser ético é dada a todos. E, assim como abordado no estudo de Block et al. (2015), os benefícios para as organizações e suas equipes são evidentes, quando se decide por escolhas filantrópicas e éticas.

4.2.1 Entrevista com a Professora Decana da Escola de Negócios

A necessidade de compreender o posicionamento sobre a ética surgiu no decorrer da etapa de coleta de dados qualitativos, principalmente pelo motivo que a Escola de Negócios em estudo está passando pelo processo de acreditação junto à AACSB, que tem entre as principais exigências para a certificação, que a EN deve inserir em seus cursos a temática da ética.

As escolas de negócios certificadas pela instituição, é um seleto grupo, com cerca de 800 escolas de negócios vinculadas e certificadas, porém, no Brasil, são apenas duas escolas e, conforme as informações coletadas junto à professora decana, este será um importante avanço, pois a escola em questão será a primeira no Brasil que estará inserida em uma Universidade – as outras duas que já possuem a certificação são vinculadas a fundações.

Basicamente, a pergunta dirigida à professora entrevistada foi “Quais estratégias, projetos ou medidas a Escola de Negócios tomou para atender às exigências da AACSB?”. Os pontos principais pontuados pela professora são questões como a iniciativa de um estudo de caso, que vem sendo aplicado

em alunos da graduação e que contribui na identificação de perfil ético dos alunos. Isso faz com que, de fato, os alunos discutam em grupos e reflitam individualmente a questão dos dilemas éticos que poderão enfrentar no mercado de trabalho. Outro ponto é a vinculação de alunos em atividades e projetos que os insiram em projetos sociais. Isso também é praticado no nível de graduação. Questões como estas contribuíram para importantes resultados na etapa quantitativa deste estudo, onde alunos dos níveis de graduação e *lato sensu* demonstraram melhores percepções nestas áreas, ficando como uma sugestão principal à inserção de atividades e/ou projetos semelhantes nos demais níveis de formação.

5. Considerações Finais

O presente estudo buscou analisar a percepção ética de alunos dos níveis de graduação, *lato e stricto sensu* de uma Escola de Negócios, em uma universidade privada do Rio Grande de Sul, no Sul do Brasil. Foram identificados importantes resultados, tanto na etapa quantitativa, quanto na etapa qualitativa. Entre as principais conclusões deste estudo, foi possível identificar que existem influências por parte das organizações e das universidades, que podem sim contribuir com a abordagem da ética, nas vivências práticas e nas aprendizagens, nas quais ambas estão presentes.

Em questões como “Já obtive alguma atividade, ou envolvimento com ações sociais, através dessa IES”, onde a média dos alunos do nível *stricto sensu* foi a mais baixa da pesquisa, demonstrou-se que, de fato, os alunos percebem quando se envolvem ou não em atividades que tem o propósito de capacitar e desenvolver noções de ética e responsabilidade social.

Isso fica mais evidente quando os alunos da graduação e do nível *lato sensu*, que obtiveram médias superiores, de fato já possuem em seus currículos atividades com viés social e filantrópico, afirmando que, de fato, estas atividades estão sendo reconhecidas e consideradas pelos discentes.

Para os alunos da graduação e *lato sensu*, a questão “Sinto falta de disciplinas, palestras ou atividades acadêmicas que tragam o assunto da ética em discussão” também marcou uma média baixa, o que demonstra que, para eles, a necessidade ou carência por atividades abordando a temática da ética de fato está sendo suprida, pois, nesta questão especificamente, uma média baixa representava um fator positivo.

Em relação às organizações nas quais os alunos que fizeram parte da amostra trabalham, percebe-se, na grande maioria das questões, em que requisitos que auxiliam na identificação de uma organização ética, que a percepção dos respondentes, em relação as suas empresas, é de que as mesmas têm adotado posturas e posições éticas. Pois, das 22 questões que faziam parte do questionário de percepção em relação às empresas, 18 destas atingiram médias acima de 3,00. Percebeu-se boas médias, principalmente associadas aos seus relacionamentos e honestidade com os clientes que, segundo as respostas dos alunos, obtiveram as questões com as médias mais altas.

Entretanto, outros pontos não apresentaram resultados tão satisfatórios: em algumas questões fica evidente a necessidade de melhorias. Como as questões que envolvem a participação dos colaboradores nas tomadas de decisões, que são diretamente ligadas à transparência dentro das organizações, que acabaram ficando com as médias mais baixas, demonstrando insatisfação dos colaboradores.

Em outras questões como: “Possui políticas que permitem aos gerentes permanente renovação de seus conhecimentos” e “Obteve algum tipo de capacitação, treinamento, palestra, curso sobre ética na organização”, sendo a segunda uma das questões adicionadas na EPCEO para este estudo, permitiram responder a outro dos objetivos deste estudo, que era “Verificar como e se as organizações contribuem para a formação de lideranças éticas”. E, em relação a estas indagações, identificou-se, através da percepção dos discentes, que as empresas estão investindo em conhecimento e capacitações, mas, nas comparações entre os níveis de formação, percebe-se que podem haver melhorias e intensificação por parte das organizações, para que todos os níveis de liderança sejam atendidos.

Quanto às limitações deste estudo, pode-se pontuar que seria interessante o aprofundamento da etapa qualitativa deste estudo, que poderia ter contribuído com mais informações se ocorresse mais grupos focais, além do que foi realizado.

Também seria pertinente um estudo que buscasse analisar e compreender a percepção dos docentes da Escola de Negócios sobre o tema da ética e/ou como abordam o tema na prática de suas funções. Ficando estas como sugestões para pesquisas futuras.

E que o assunto, a temática da ética, esteja cada vez mais presente em nossos cotidianos, em nossas conversas, em nossa ciência, em nossos negócios, e que a produção científica e acadêmica se interesse mais por estudar este assunto. A importância de abordá-la está na frase de Cortella (2015, p. 132), que diz que: “É necessário cuidar da ética para não anestesiarmos nossa consciência e começarmos a achar que tudo é normal”. Já Neves, Garrido e Simões (2015, p. 168) afirmam que “Mais do que um ponto de chegada, agir de forma ética é um caminho uma forma de estar com os outros que privilegia o bem-estar coletivo e individual”. Seja nas universidades ou nas empresas, abordar a ética traz sim renovações e reflexões que se transformam em comportamentos que auxiliam para que sigamos evoluindo e constantemente melhorando as relações humanas.

REFERÊNCIAS

- AACSB International. **Education in Business: Ethics Education Task Force to AACSB International’s Board of Directors**. 2004, 22p.
- ARISTÓTELES. 384 – 322 a.C. **A Ética: textos selecionados**. Tradução e notas Cássio M. Fonseca – São Paulo: EDIPRO, 2015. 126 p.
- BITENCOURT, Claudia Cristina. A Gestão de Competências Gerenciais e a Contribuição da Aprendizagem Organizacional. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, v. 44, 2004.
- BLOCK, Emily S; GLAVAS, Ante; MANNOR, Michael J; ERSKINE, Laura. Business for Good? An Investigation into the Strategies Firms Use to Maximize the Impact of Financial Corporate Philanthropy on Employee Attitudes. **Journal Of Business Ethics**, 2015, 17 p. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-015-2930-8>. Acesso em 07 Set. 2020.
- BROWN, Karen. Para reter colaboradores, o foco é na inclusão – não só na diversidade. **Harvard Business Review**, 2019. Disponível em: <https://hbrbr.uol.com.br/para-reter-colaboradores-o-foco-e-na-inclusao-nao-so-na-diversidade/>. Acesso em 28 Mar. 2019.
- CABRAL, Patrícia. **Processos Conversacionais e Ética Organizacional**. Porto Alegre, RS: UNISINOS, 2017. 41 p.
- CARDOSO, Irene Rebelo; FERNANDES, Joaquim Santana; ANDRAS, Georgette; GONÇALVES, Gabriela; e GONÇALVES, Cristina. Intensidade moral e tomada de decisão: Estudo aplicado a estudantes do ensino superior em Gestão. **Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal**. Universidade do Algarve: Portugal, 2017, v. 31, 81-97. Disponível em: <http://www.dosalgarves.com/index.php/dosalgarves/article/view/137>. Acesso em 07 Set. 2020
- CARLSON, Dawn S; KACMAR, K. Michele; WADSWORTH, Lori L. The Impact of Moral Intensity Dimensions on Ethical Decision-making: Assessing the Relevance of Orientation. **Journal of Managerial Issues**, Pittsburg State University, 2016, p. 534 – 551.
- CARVALHO, Luis Henrique. **Análise Fatorial, uma importante técnica multivariada**. 2017. Disponível em: <http://www.abgconsultoria.com.br/blog/analise-fatorial/>. Acesso em 15 Abr 2018.

- CAVEIÃO, Cristiano. **Competências e estratégias de ensino-aprendizagem para a formação da liderança do enfermeiro**. Curitiba: 2016. 202 p. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Paraná.
- CHAN, Ling Meng; OTHMAN, Jamilah; JONED, Rusinah Bte. The conceptual model of Personal Moral Philosophy (PMP) and Ethical Decision Making (EDM). **Journal of Management Research**. 2011, v. 3, ed. 16. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Cynthia_Chan8/publication/278000134_The_Conceptual_Model_of_Personal_Moral_Philosophy_PMP_and_Ethical_Decision_Making_EDM/links/5b20ff40458515270fc63a30/The-Conceptual-Model-of-Personal-Moral-Philosophy-PMP-and-Ethical-Decision-Making-EDM.pdf. Acesso em 02 Mar. 2018.
- CORTELLA, Mario Sergio. **Qual é a tua obra?:** inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética 24 ed. Petrópolis: RJ: Vozes, 2015. 141 p.
- CORTINA, Adela. **Construir Confiança:** ética da empresa na sociedade da informação e das comunicações. Madrid: Edições Loyola, 2003. 215 p.
- CRUZ, Luciano Barin. **Seminário Inovação e Sustentabilidade**. HEC Montreal, Dez. 2017.
- ETHISPHERE INSTITUTE. Good. Smart. Business. Profit, 2019. Disponível em: <https://ethisphere.com/> Acesso em 15 Abr. 2018.
- FORSYTH, D. R. Judging the morality of business practices: The influence of personal moral philosophies. **Journal of Business Ethics**. 1992, 11(5-6), 461–470 Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/BF00870557> . Acesso em 07 Set. 2020.
- _____. A taxonomy of ethical ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1980. 39(1), 175-184. 1.175.FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. Disponível em: <https://www.oxfam.org.br/forum-economico-de-davos>. Acesso em 07 Set. 2020.
- FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. Disponível em: <https://www.oxfam.org.br/forum-economico-de-davos>. Acesso em 07 Set. 2020.
- GAMA, Paulo; PEIXOTO, Paulo; SEIXAS, Ana Maria; ALMEIDA, Filipe; ESTEVES, Denise. A Ética dos Alunos de Administração e de Economia no Ensino Superior. **RAC – Revista de Administração Contemporânea, Anpad**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 5, art. 6, p. 620-641, 2013.
- GOMIDE JR., S.; FREITAS, C.P.; SCHUCHT, L.V.G.; CARVALHO, L.L.; MACHADO, M.C.; SANTOS, M.R. Construção e validação de um instrumento de medida de percepção de comportamentos éticos organizacionais. In: **XXXIII Reunião Anual Da Sociedade Brasileira de Psicologia**, 33, 2003, Belo Horizonte, Resumos de comunicação científica. Belo Horizonte: Sociedade Brasileira de Psicologia, 2003. p. 280.
- GUIMARÃES, Jairo de Carvalho; OLIVEIRA, Renato José. Ética no curso de administração e a prática docente: dilemas entre o ensino e o exercício profissional do egresso. **Revista Gestão e Conexões**. v. 4, nº 2, jul/dez 2015, Vitória: ES. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/index.php/ppgadm/article/view/8800>. Acesso em 13 Mar 2018.
- HAIR, J. F. **Análise Multivariada de Dados**. 6 ed. Bookman, Porto Alegre, 2009.
- JESUS, Tânia Alves de; SARMENTO, Manuela; DUARTE, Manuela. Ética e Responsabilidade Social. **Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal**. 29 – 2017. University of the Algarve, Portugal.

Disponível em: <http://www.dosalgarves.com/index.php/dosalgarves/article/view/109>. Acesso em 07 Set. 2020.

JUNIOR, Sergio Gilberto Bonocelli; LOPES, Paulo da Costa; WESTPHAL, Fernando Kaname. Ética empresarial e jogos de empresa: desenvolvimento de dilemas éticos e aplicação em simulador empresarial. **Revista Economia e Gestão**, v. 14, n° 34, 2014.

KARANDE, Kiran; RAO, C.P.; SINGHAPAKDI, Anunsorn. Moral philosophies of marketing managers: A comparison of American, Australian, and Malaysian cultures. **European Journal of Marketing**, 2002, v. 36, p. 768 – 791.

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

LINSLEY, Philip M. Application of na Ethic of Care to Business. **International Handbooks in Business Ethics**, 2015.

MARCONDES, Danilo. **Crise da Ética e Sociedade Brasileira**, 2017. Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/crise-da-etica-e-sociedade-brasileira>. Acesso em 15 Abr. 2018.

NERGIZ, H. G., KOZAK, M. A. & BALTA S. Ethical approaches and their application in hotel managers' decision making. **Tourismos: An international Multidisciplinary Journal of Tourism**, 2011, v. 6, n. 1, p. 84-104.

NEVES, Dalva Alves das. O critério utilitarista será adequado para situação de risco? **Rev. Bras. Saúde Matern. Infant.**, Recife, v.10, p. 47-53, 2010

NEVES, José; GARRIDO, Margarida Vaz; SIMÕES, Eduardo. **Manual de Competências Pessoais, Interpessoais e Instrumentais** – Teoria e Prática. 3 ed. Lisboa, Portugal: Sílabo, 2015. 720 p.

NOVATO, Douglas. **SPSS: O software de análise estatística**. 2014. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/post/12702-spss-o-software-de-analise-estatistica>. Acesso em: 15 mai. 2016.

OSÓRIO, Valentina; RODRIGUEZ, Maria Del P. Modelo para la Evaluación de Programas de Ética. **Información Tecnológica**, Caldas: Colômbia v. 29, n. 1, 2018.

PNE. **Plano Nacional de Educação**. 2019. Disponível em: <http://pne.mec.gov.br/>. Acesso em: 02 fev. 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico** 2 ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013. 277 p.

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

RICHARDSON, Jarry Roberto. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

SEDIGH, Ali Khaki. Ethics: An Indispensable Dimension in the University Rankings. **Springer Science + Business Media Dordrecht**, 2016.

SOUSA, Francisca Ilnar de; LEITE, Francisco Tarciso; D' AFONSÊCA, Marta Guimarães.
Responsabilidade social e ética nas instituições de ensino superior públicas e privadas de Salvador – Ba. Universidade de Fortaleza – UNIFOR. 2006.

TORO, Juliana; RODRÍGUEZ, Maria del P. Formación em Ética en las Organizaciones: Revisión de la Literatura. **Información Tecnológica**, Caldas: Colômbia, v. 28, n. 2, 2017..

VASCO, A. P; ZAKRZEWSKI, S. B. B. O estado da arte das pesquisas sobre percepção ambiental no Brasil. **Perspectiva**. Erechim, v. 34, n. 125, p. 17 – 28, 2010.

VÁZQUEZ. Adolfo Sánchez. **Ética** 37 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017, p. 302.

WEBER, James. Ethics Education: Three Issues for Further Discussion. **Business Ethics Quarterly**, v. 5, n. 4, p. 895-898, 1995.

Recebido em: 07/08/2020

Aceito em: 25/09/2020

Endereço para correspondência:

Nome: Jonatas Guilherme da Silva Martins

Email: jow_guilherme@hotmail.com



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons Attribution 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)