UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO "PROF. JOSÉ DE SOUZA HERDY"

UNIGRANRIO

Douglas Bastos Rodrigues

Fatores que Facilitam a Internalização dos Códigos de Conduta Ética nas Organizações

Rio de Janeiro

2013

Douglas Bastos Rodrigues

Fatores que Facilitam a Internalização dos Códigos de Conduta Ética nas Organizações

Dissertação apresentada à Escola de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade do Grande Rio "Prof. José de Souza Herdy" como requisito parcial à obtenção do grau de mestre em Administração.

Área de Concentração

Estratégias e Governança

Orientadora: Prof.ª Dr.ª Marta Corrêa Dalbem

Rio de Janeiro

2013

CATALOGAÇÃO NA FONTE/BIBLIOTECA - UNIGRANRIO

R696f Rodrigues, Douglas Bastos.
Fatores que facilitam a internalização dos códigos de conduta ética nas organizações / Douglas Bastos Rodrigues. – 2013.
69 f. : il. ; 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Mestrado em Administração) – Universidade do Grande Rio "Prof. José de Souza Herdy", Escola de Ciências Sociais Aplicadas, 2013.
"Orientador: Prof.ª Marta Corrêa Dalbem."
Bibliografia: f. 61-65.

1. Administração. 2. Ética profissional. I. Dalbem, Marta Corrêa. II. Universidade do Grande Rio "Prof. José de Souza Herdy". III. Título.

CDD – 658

Douglas Bastos Rodrigues

"Fatores que Facilitam a Internalização dos Códigos de Conduta Ética nas Organizações".

Dissertação apresentada à Universidade do Grande Rio "Prof. José de Souza Herdy", como parte dos requisitos parciais para obtenção do grau de Mestre em Administração.

Área de Concentração:
Gestão Organizacional.

Aprovado em 27 de junho de 2013.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Marta Corrêa Dalbem
Universidade do Grande Rio

Profª. Drª. Maria Cristina Fogliatti de Sinay
Universidade do Grande Rio

Prof. Dr. Marcos Cohen
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Prof.Dr. Carlos de Lamare Bastian Pinto
IBMEC

2013

DEDICATÓRIA

Dedico esta pesquisa aos meus filhos Thiago e Caio, pois foram eles que autorizaram minha participação no curso, monitoraram minha presença nas aulas e cobraram os resultados. Que a Luz divina proteja-os ao longo de suas vitoriosas jornadas que advirão.

.

AGRADECIMENTOS

A Profª. Drª. Marta Corrêa Dalbem que, através da sábia paciência, justa cobrança e eficaz orientação, soube instruir-me na superação de minhas deficiências e consequente engrandecimento da pesquisa. Muito Obrigado.

Ao Prof. Dr. Carlos de Lamare Bastian Pinto por sua disposição, motivação e foco das aulas lecionadas, bem como pelo apoio como coorientador na estruturação da pesquisa, meu obrigado.

Ao corpo de coordenadores, professores, secretariado e colegas do curso de Mestrado em Administração da Unigranrio pelas críticas construtivas e suporte ao longo dessa jornada.

A Orlando e Adelaide, indubitavelmente possuidores de valores morais e éticos que alicerçaram meu caráter e que com certeza formaram meu interesse pelo tema. Obrigado, Pai e Mãe.

A Simone, pois sua percepção simples e correta ajustou e deu ordenação ao significado das palavras. Obrigado, irmã!

Em Especial:

A Valeria, pessoa a qual me fez entender que tudo na vida tem de ser feito com amor. Seu carinho, sua entrega e sua compreensão também estão refletidos na pesquisa. Muito obrigado pelos momentos em que não pudemos viajar, passear e descansar pois sem esses não conseguiria chegar aonde cheguei.

"Age de tal modo que a máxima da tua ação se possa tornar princípio de uma legislação universal."

Immanuel Kant

RESUMO

O processo de aceitação das normas comportamentais depende da capacidade da empresa em estruturar raciocínio indutivo que permita ao funcionário perceber a importância de seu cumprimento. A principal ferramenta para estabelecer práticas homogêneas do raciocínio ético nas organizações é o seu Código de Ética. A identificação dos fatores percebidos como críticos pelos funcionários de empresas brasileiras para internalização de um Código Ético favorece sua melhor formulação, aceitação, gestão e consequente sucesso. Esta pesquisa empírico-teórica envolve 70 respondentes do estado do Rio de Janeiro, os quais avaliaram a relevância de 16 fatores, identificados na literatura, para que um Código de Ética seja eficaz. A importância atribuída a cada fator foi inicialmente inferida por análise da frequência de respostas e por estatística descritiva. Observou-se multicolinearidade entre os fatores, motivo pelo qual foi aplicada também análise fatorial. Os resultados demonstram que 94% dos respondentes concordam que o Código de Ética deve ser cumprido por todos os níveis hierárquicos. Há, ainda, uma clara preponderância a que ele apresente exemplos e enfatize comportamentos proibidos, e que os funcionários formalmente atestem que conhecem os seus termos. Mecanismos formais de resposta a desvios do Código, tais como meios para denunciar, punições aos desvios e a existência de um Comitê de Ética, também aparecem como relevantes. Não foi possível testar estatisticamente se há diferenças significativas de opinião, a depender do gênero, tempo na empresa, idade, escolaridade e experiência anterior em outras empresas com Códigos de Ética. Comparando com estudo semelhante de Sarmento (2008), observam-se indícios de que há, hoje, maior unanimidade quanto à necessidade dos Comitês de Auditoria de exigir que o Código de Ética seja cumprido por todos, e de meios de denúncia anônima e de punição rigorosa dos desvios. Por outro lado, há sinais de que atualmente se julga menos necessária a participação dos funcionários na elaboração do Código de Ética. Ainda em comparação com Sarmento (2008), a análise fatorial demonstra menor colinearidade entre os fatores, talvez refletindo que o instrumento Código de Ética está mais maduro nas organizações, sendo mais fácil hoje para seus usuários diferenciar os fatores relevantes para sua efetividade.

Palavras-Chave: Códigos de Ética, Institucionalização, Percepção.

ABSTRACT

The acceptance of behavioral norms depends on the company's ability to structure inductive reasoning that allows the employee to realize the importance of compliance. The main tool to establish homogeneous practices of ethical reasoning in organizations is its Code of Ethics. The identification of the factors Brazilian employees perceive as critical for the internalization of an ethical code favors the Code's best formulation, acceptance, management and consequent success. This empirical-theoretical research involves 70 respondents from Rio de Janeiro State who assessed the importance of 16 factors, already identified in the literature, for the effectiveness of a Code of Ethics. The importance of each factor was initially inferred by analyzing the frequency and descriptive statistics. Observed multicollinearity among the factors also led to the use of factor analysis. The results show that 94% of respondents agree that the Code of Ethics should be accepted and respected by all hierarchical levels. There is a clear preponderance that it should present examples, emphasizing prohibited actions, and formal mechanisms to respond to deviations, such as call line to report misconducts and the existence of an Ethics Committee. There were no statistically significant differences of opinion in terms of gender, time of work in the company, age, education and previous experience in other companies with codes of ethics. Compared to a similar study of Sarmento (2008), there are indications that there is now a greater unanimity on the need of the Audit Committee, the requirement that the Code of Ethics is to be observed by all, means for anonymous reporting of misconducts and strict punishment of deviations. On the other hand, there are signals that the participation of employees in the development of the Code of Ethics is currently deemed as less necessary. When compared to Sarmento (2008), the factor analysis shows lower collinearity among the factors, perhaps reflecting that the Code of Ethics is in a more mature stage in organizations, today being easier for its users to differentiate which factors are relevant to its effectiveness.

Keywords: Codes of Ethics, Institutionalization, Perception.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Delineamento da pesquisa. 28

Figura 2. Questionários Enviados *vs.* Questionários Respondidos. 30

Figura 3. Gênero. 31

Figura 4. Idade da Amostra. 32

Figura 5. Tempo de Empresa. 32

Figura 6. Nível de Escolaridade. 33

Figura 7. Experiência em empresa com Código de Ética. 33

Figura 8. Estrutura da análise fatorial. 42

Figura 9. Gráfico *Scree Test.* 49

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Associação entre as variáveis, autores e perguntas do questionário. 25

Tabela 2 – Impacto de Código de Ética na empresa. 34

Tabela 3 – Distribuição percentual das respostas, total da amostra, todos os atributos. 35

Tabela 4 – Distribuição das respostas às 16 perguntas do questionário. 36

Tabela 5 – Estatística Descritiva. 40

Tabela 6 – Codificação das Variáveis. 43

Tabela 7 – Matriz de Correlação. 44

Tabela 8 – KMO e Teste de Bartlett. 45

Tabela 9 – Matriz de Correlação – anti-imagem. 46

Tabela 10 – Comunalidades. 47

Tabela 11 – Matriz da Variância Explicada. 48

Tabela 12 – Matriz Fatorial Rotacionada. 50

Tabela 13 – Matriz de Correlação – Novos Fatores. 51

Tabela 14 – KMO e Teste de Bartlett – Novos Fatores. 51

Tabela 15 – Matriz de Correlação – anti-imagem – Novos Fatores. 51

Tabela 16 – Comunalidades – Novos Fatores. 52

Tabela 17 – Matriz da Variância Explicada – Novos Fatores. 52

Tabela 18 – Componentes da matriz rotacionada extraída. 53

Tabela 19 – Resumo comparativo dos fatores: Pesquisa de Sarmento (2008) *vs.* esta pesquisa. 54

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BIRD	Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento.
BOVESPA	Bolsa de Valores de São Paulo.
CE	Código de Ética.
CVM	Comissão de Valores Mobiliários.
FMI	Fundo Monetário Internacional.
IBGC	Instituto Brasileiro de Governança Corporativa.
MSA	Medida Geral de Adequação da Amostra.
ODCE	Organização para Cooperação do Desenvolvimento Econômico.
SPSS	*Statistical Package for the Social Sciences.*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1Contextualização	13
1.2 Objetivos da Pesquisa	17
1.2.1 Objetivo Principal	17
1.2.2 Objetivos Intermediários	18
1.3 Hipótese	18
1.4 Delimitações da Pesquisa	18
1.5 Relevância da Pesquisa	20
2 REFERENCIAL TEÓRICO	21
2.1 Isomorfismo Institucional	21
2.2 Códigos de Ética	23
2.3 Conteúdo do Código de Ética e seu processo de gestão	24
3 METODOLOGIA	28
3.1 Introdução	28
3.2 Instrumentos da coleta de dados	28
3.3 Organização dos dados	30
4 RESULTADOS	34
4.1 Análise de frequência das respostas	35
4.2 Análise das respostas, por grupos de respondentes	38
4.3 Comparação com os resultados de Sarmento (2008)	39
4.4 Análise Fatorial	41
5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	57
REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO	61
APÊNDICE	66

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

Exige-se das organizações empresariais que tenham uma preocupação cada vez maior com o fortalecimento dos mecanismos de controle para garantia de que suas transações produtivas e mercantis sejam realizadas de forma ética. Contudo, acontecimentos que envolvem o comportamento antiético de gestores empresariais e indivíduos públicos tramitam constantemente pelas esferas da fiscalização dos Poderes Legislativo e Judiciário e estão sob permanente observação da sociedade. Uma opinião pública negativa sobre o comportamento ético de uma empresa pode prejudicar sua imagem, reduzir seu volume de negócios e até mesmo ocasionar sua descontinuidade.

Esta pesquisa está centrada nos pressupostos teóricos da ética empresarial, em que a definição adotada parte do sentido etimológico da ética, que provém do grego e tem dois significados: hábito ou costume moral. Segundo Vázquez (*apud* Coronel, 2010) a ética é a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens na sociedade.

No ambiente das organizações empresariais privadas o costume moral é estabelecido através das normas de correção das intenções, ações, direitos, deveres e princípios morais, pois, segundo Cañas-Quiros (1988), o caráter normativo da ética tem como fundamento um aspecto essencial da natureza humana: o homem é imperfeito, mas é *perfeccionável* através da regulação de seu comportamento por normas de conduta.

Segundo Arruda (2002), as normas de conduta ética devem ser apresentadas aos funcionários através dos Códigos de Ética – doravante CE –, pois estes permitem homogeneidade e integração dos seus usuários, além de fornecerem diretrizes para que as pessoas se sintam seguras ao observarem os padrões éticos.

Então, por que em algumas empresas, mesmo quando publicam em seus *sites*, mídias e informes suas normas comportamentais, ainda assim, seus funcionários envolvem-se com irregularidades e descumprem tais normas a exemplo de empresas tais como Eron, Wordcom, Parmalat dentre tantas outras.

O debate sobre ética corporativa e sobre como as empresas podem estabelecer normas ideais para monitoria e gestão de falhas éticas está cada vez mais em evidência na sociedade, quer expresso através das comissões de ética estabelecidas pelo poder legislativo para averiguação de fraudes políticas, quer pelo aumento do número de empresas que contratam profissionais voltados para a criação e estruturação de regras éticas e de CE, segundo Queiroz (2012).

Segundo Vieira (2006), nunca nas relações organizacionais foi dada tanta importância às questões éticas. Exemplifica-se a afirmação com a preocupação das Instituições de Ensino Superior – IES – ofertarem disciplinas com seus conteúdos programáticos voltados para ética. Mello (2012) lembra que o debate sobre ética é, inclusive, recomendação da Secretaria Nacional de Segurança Pública.

Baseando-se em Aristóteles em sua obra *Ética a Nicômaco,* Ross (1908, p.1), considera que os vocábulos hábito ou costume moral são inseparáveis, uma vez que é a partir dos hábitos e costumes que se desenvolve no homem um modo de ser ou obter uma personalidade virtuosa a ser estabelecida.

O processo de globalização da economia mundial dos anos 1970 e 1980, segundo Memmi (2010, p.21) trouxe uma nova visão de institucionalização colonial agora com enfoque na visão econômica mercantil das relações empresariais, o que consequentemente refletiu no comportamento ético dos indivíduos. Ações globais socioeconômicas foram institucionalizadas através do Fundo Monetário Internacional – FMI – e do Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento – BIRD. A concepção dessa institucionalização foi sintetizada pelo presidente da França na ocasião, François Mitterrand, em sua frase publicada: “Não podemos deixar que o mundo se transforme num mercado global, sem outra lei que não a do mais forte” (Ethos, 2000, p.9).

O Conselho da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE[1] –, em reunião em 1998, desenvolveu, juntamente com os governos de cada nação aos quais está vinculado, um conjunto de normas e diretrizes para a boa governabilidade das corporações, cujo propósito é servir de ponto de referência.

O objetivo de tais normas é que estas possam ser utilizadas pelos legisladores ao estudar e desenvolver suas estruturas jurídicas e reguladoras considerando a cultura organizacional de cada empresa, ou seja, aspectos simbólicos: o modo pelo qual o ambiente da empresa foi construído, os padrões de comportamento dos funcionários e documentos normatizadores, todos para a boa governabilidade corporativa.

Contudo, por mais que naqueles anos existisse uma preocupação com a monitoria do comportamento ético do "mais forte", ainda assim ocorreram comportamentos não éticos por parte de funcionários de empresas privadas, como os escândalos financeiros de 2002 que envolveram grandes corporações internacionalmente reconhecidas.

Tais escândalos reforçaram o debate sobre o tema da ética nas organizações e culminaram no estabelecimento de leis de comportamento sócio – econômico ainda mais rigorosas, a exemplo da promulgação da *Sarbanes-Oxley Act*, (2001, *Sox Act* 303) que trazia, entre outras, a exigência para empresas de capital aberto com ações negociadas na Bolsa de Valores de Nova York de que essas divulguem publicamente seus CEs.

Com a expansão das empresas europeias e americanas para novos mercados, estabeleceu-se no Brasil, nos anos 1990, uma nova visão transnacional das relações entre empresas, seus funcionários e o mercado. O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – IBGC – apresentou uma proposta de relacionamento entre empresas e mercado, e ações de legitimização institucionalizadoras foram estabelecidas através da revisão das boas práticas de

[1] Organização internacional composta por 30 países, que tem como objetivos: coordenar políticas econômicas e sociais, apoiar o crescimento econômico sustentado, aumentar o emprego e a qualidade de vida dos cidadãos e manter a estabilidade financeira.

Governança Corporativa[2] e da criação de sistemas de gestão que consideram os relacionamentos inter e extradepartamentais.

O Instituto Ethos e a Comissão de Valores Mobiliários – CVM – citam em suas publicações que toda empresa de capital aberto com ações negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA– deve ter um CE que comprometa administradores e funcionários, sendo que este documento deve ser elaborado pela alta administração, de acordo com os princípios e políticas definidos pelo conselho de administração da empresa.

Foram criados para tais empresas vinculadas à BOVESPA Comitês Fiscais e de Auditoria que têm como função, segundo o IBGC (2009), zelar pelo cumprimento do CE da empresa, sendo que este deve refletir o que a organização entende por ética.

Um CE deve também, assim, refletir adequadamente a cultura da empresa e enunciar, com total clareza, os princípios em que está fundamentado, além da necessidade de foco na identificação de fatores influenciadores do comportamento ético que permitam aos usuários das regras éticas assimilá-las para garantir boa gestão ética nas empresas (Schwartz, 2004).

Para assegurar a identificação dos fatores influenciadores, esta pesquisa adota como referencial teórico dos fatores críticos de sucesso na estruturação dos CEs os estudos desenvolvidos por Arruda (2002), Schwartz (2004) e Sarmento (2008), que relacionam os aspectos ligados ao conteúdo e processo de gestão que influenciam a internalização do CE.

1.2 Objetivos da Pesquisa

O tema ética em Ciências Sociais, especificamente na Administração, é recorrente em trabalhos acadêmicos; contudo, o interesse aqui é determinar com maior especificidade quais

[2] Governança Corporativa - **guardiã de direitos** das partes com interesses em jogo nas empresas; **sistema de relações** pelo qual as sociedades são dirigidas e monitoradas; **estrutura de poder** que se observa no interior das corporações; e **sistema normativo** que rege as relações internas e externas das empresas (ROSSETTI, 2012).

são os fatores que influenciam na percepção de funcionários de que o CE de sua organização é importante e necessário para torná-lo como regra comportamental.

Segundo Zylbersztjn (2002), os CEs podem não estar de fato integrados à realidade de seus usuários, existindo apenas com a intenção de criar uma imagem corporativa ou até mesmo servir de salvaguarda em caso de litígios judiciais.

Dessa forma, esta pesquisa visa a identificar os fatores que facilitam a internalização dos CE nas organizações em determinada população, envolvendo o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, através de questionário aplicado a fontes primárias.

Assim, o problema da pesquisa define-se da seguinte forma:

Quais os fatores dentre os identificados por Sarmento (2008) ainda são percebidos como facilitadores para internalização dos Códigos de Ética e que promovem a adequada percepção da importância de cumpri-los?

1.2.1 Objetivo Principal

Identificar quais são os fatores atualmente percebidos pelos funcionários de empresas brasileiras que facilitam e tornam efetiva a implementação e aplicação do Código de Ética.

1.2.2 Objetivos Intermediários

- Elencar os fatores necessários para a adequada estruturação dos Código de Ética, segundo a literatura existente.
- Examinar como esses fatores são percebidos pelos usuários dos Código de Ética e se eles identificam outros fatores como importantes.

1.3 Hipótese

Analisar se há indícios de mudança na percepção dos usuários dos Códigos de Ética - CE, comparando os resultados obtidos com os da literatura, assim como analisar se grupos diferentes, quanto ao gênero, idade, tempo de empresa e escolaridade, têm percepções diferenciadas sobre os fatores críticos para a internalização do CE nas empresas

1.4 Delimitações da Pesquisa

O comportamento ético empresarial é um tema que possui enfoques diversos. Sem pretender esgotar o elenco de possibilidades, esta pesquisa está limitada à amostra investigada, definida pela facilidade de obtenção dos dados junto à rede de relacionamento social do pesquisador, e pela aplicação das variáveis indicadas nos trabalhos de Arruda (2002), Schwartz (2004) e Sarmento (2008). Os entrevistados possuem uma vivência de comportamento ético influenciada pelo porte das empresas onde trabalham, sua constituição jurídica, seu mercado de atuação, sua localização empresarial e pela precondição de existência de um CE.

Quanto ao porte da empresa, Sarmento (2008) verifica que o tamanho da organização é determinante na forma de tratar as questões éticas, por exemplo, micro, pequenas e médias empresas podem utilizar-se de mecanismos mais simples e ágeis, sendo que tais características levam à adoção natural de mecanismos informais, e fazem com que critérios éticos sejam principalmente aqueles praticados por seu líder. Tais características são preponderantes da abordagem da estratégia empresarial na Escola Empreendedora apresentada por Mintzberg (2010), na qual o poder é centralizado nas mãos do executivo principal. Assim, optou-se por não considerar na pesquisa micro e pequenas empresas.

Quanto ao mercado em que a empresa atua, foram incluídos na pesquisa funcionários de empresas com atuação transnacional, pois, com um mercado globalizado, as empresas cada vez mais interagem com agentes, fornecedores e clientes também globais.

Segundo Tavares & Belluzzo (2005) as transformações mercadológicas da globalização se expressam através de um novo ciclo de expansão do capital, como modo de produção, uma vez que se produzem novas redes de articulações por meio das quais se desenham os contornos e os movimentos, as condições e as possibilidades das relações trabalhistas, as quais podem influenciar a percepção do que é importante em um CE. Cerca de 80% dos entrevistados trabalham em empresas com atuação transnacional.

Quanto à localização empresarial, foram definidas como universo e amostra empresas lotadas no estado do Rio de Janeiro, devido à facilidade de obtenção das informações pesquisadas. Destaca-se que a amostra está associada à rede de relacionamento do pesquisador, inclusive via *linked in*, onde foram selecionados funcionários de empresas cujo perfil se assemelha aos delimitadores descritos por Sarmento (2008), isto é, grandes empresas Nos segmentos de telecomunicações, Montadora de veículos, Seguradoras e Consultorias de Negócios, que concentram 60% dos respondentes, além de outras 19 empresas, entre médias e grandes, nacionais e multinacionais.

Quanto à pré-existência de um CE, a pesquisa restringe-se à ética normativa, própria da aplicação ao campo das organizações corporativas e, dentro dela, limita-se a examinar aspectos ligados à sua efetividade., uma vez que o que se pretende é verificar quais fatores são necessárias para que o código de ética empresarial seja capaz de influenciar o comportamento real dos funcionários, segundo a opinião dos entrevistados.

5 Relevância da Pesquisa

Mudanças radicais nas relações das sociedades implicam novos hábitos e valores, determinando assim a necessidade de surgimento de novas regras de conduta, de acordo com o momento histórico em que se vivem tais mudanças. Com escândalos dos anos 2000, estabeleceu-se a necessidade de reordenamento dos comportamentos, com ajustes das empresas, agora desterritorializadas, segundo Cherman & Tomei (2005) e Rossetti (2012).

A partir da implementação da *Sarbanes –Oxley Act* a implantação dos CEs tornou-se obrigatória nas empresas com ações negociadas na bolsa de valores norte americana. No Brasil já se disseminava a adoção de CEs, em parte, patrocinada por multinacionais que devem adotar práticas do país de origem, mas também por grandes empresas nacionais. A implementação de CEs no Brasil, especialmente a partir da década de 90, ainda segue uma curva de aprendizagem que justifica estudos, como este, que analisam a evolução dos fatores atualmente percebidos pelos funcionários de empresas brasileiras que facilitam e tornam efetiva a implementação e aplicação do Código de Ética.

Este trabalho identificou que, em relação à pesquisa de Sarmento (2008), há indícios de mudanças na percepção dos usuários dos CEs, conforme demonstra as variáveis descritivas detalhadas no capítulo das conclusões.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Isomorfismo Institucional

A pesquisa utiliza-se das Teorias da Obrigação Moral estabelecidas por Kant, que descrevem que a ética é um sistema de regras absolutas e devidas, pelo fato de não estarem sujeitas a exceções. Assim, a visão objetivista e regulatória representada pelo paradigma funcionalista é premissa da fundamentação e do ponto de vista teórico adotado nesta pesquisa, que permitiu reflexão sobre a questão de como as pessoas devem agir, ou que tipo de atos são moralmente obrigadas a realizar.

Dentre as Teorias da Obrigação Moral, a predominante explorada na pesquisa é a denominada deontológica que, segundo Sarmento (2008), é a que tange sobre as escolhas dos indivíduos, quais são as opções moralmente necessárias e que servem para nortear o que realmente deve ser feito. Para Gschwendtner (2012) a deontologia também pode ser o conjunto de princípios e regras de conduta ou deveres de uma determinada profissão.

A obra de Aristóteles, *Ética a Nicômaco* (*apud* Ross, 1908), reforça a teoria quando cita que há duas espécies de virtudes do comportamento humano que devem ser adquiridas: as intelectuais e as morais. As virtudes intelectuais, que são o resultado do ensino e por isso precisam de experiência e tempo, e as virtudes morais, que são adquiridas como resultado do hábito moral; elas não surgem nas pessoas por natureza, mas pelo exercício.

Em um ambiente empresarial, tais virtudes sofrem constantes atualizações para atingirem os objetivos propostos, pois funcionários estão expostos a mudanças de hábitos e costumes constantes, diante do dinamismo do mundo dos negócios. Tal dinamismo conduz à criação contínua de valores próprios em cada indivíduo e, consequentemente, em cada grupo social do qual ele faz parte.

Para Moreira (2002), toda regulação de comportamento ético deve acontecer via uma dialética histórica que considere o caráter mutável e evolutivo dos valores de cada agente envolvido, quer funcionário, quer empresa. Existe, portanto, um desafio no estabelecimento de equilíbrio dessa relação indivíduo *versus* empresa, pois mudanças nas relações do trabalho,

reestruturações mercadológicas globais, por exemplo, são refletidas naturalmente nas pessoas, tanto físicas quanto jurídicas, alterando consequentemente seus hábitos, valores morais e formas de relacionamento.

Para Tannenbaum (1968, p.3), um ambiente empresarial é um arranjo ordenado de interações humanas, e o processo de controle ajuda a circunscrever comportamentos e a mantê-los em conformidade com o plano racional da organização. Pajés (1987) e Heloani (2003) vão até mais além, quando dizem que todo funcionário que queira ser compreendido nas organizações empresariais deve adotar a linguagem estabelecida por esta para ter crédito.

Nos anos 80 os relatos funcionalistas consideravam como característica organizacional o behaviorismo, que reforçava, segundo Lewis e Grimes (1999), que as interações sistêmicas entre os graus de formalização do trabalho e os graus de automação podem aumentar o controle do comportamento, das ações e até do pensamento humano, de forma que instrumentalmente esse controle sirva para alcançar as metas organizacionais estabelecidas.

Para que uma estrutura organizacional formal tenha sucesso no controle do comportamento, segundo DiMaggio e Powell (1983), é necessária uma homogeneização das rotinas de relacionamento entre as partes interessadas, representadas por seus administradores, funcionários, fornecedores, consumidores de recursos e agências regulatórias.

O conceito que melhor capta o processo de homogeneização é o isomorfismo que, segundo Caldas e Bertero (2010), constitui-se de um processo restritivo o qual força uma unidade de uma população a se assemelhar às outras unidades que enfrentam o mesmo conjunto de condições ambientais. O conceito de isomorfismo institucional constitui uma ferramenta útil para se entender a política e os rituais que permeiam grande parte da vida organizacional moderna, segundo Caldas e Bertero (2010, p.120).

A pesquisa em questão explora o isomorfismo normativo organizacional cuja base é a legitimação cognitiva e a profissionalização da gestão. Contudo, para que o modelo isomorfismo normativo organizacional obtenha aceitação, as decisões de quais normas devem ser implantadas e seguidas dependem de quem são os beneficiários que se pretende atender, pois há risco de não garantir homogeneidade na forma de entendimento da proposta, ou baixo

comprometimento dos envolvidos em seu cumprimento, ou baixa conscientização da importância, por exemplo.

Como o principal recurso existente nas empresas é seus funcionários e estes são naturalmente sujeitos a mudanças, as empresas devem identificar quais são os fatores críticos de sucesso para regulação das intenções, ações, direitos, deveres e princípios morais dentro do ambiente empresarial.

Dessa forma, vínculos associativos do que é ser ético no ambiente de trabalho devem ser compromissados e amplamente percebidos pelos funcionários. Para Fleury (2010), os vínculos estão associados à criação e manutenção de normas e valores que devem ser firmados e comunicados de forma tangível, criando, assim, a cultura organizacional da conduta ética.

2.2 Códigos de Ética

Segundo Fleury (2010), um CE é um instrumento útil para o estabelecimento de diretrizes sobre como se comportar, reduzindo os riscos de interpretações subjetivas nos aspectos éticos, e o sucesso de sua aplicação está associado à criação e manutenção de normas e valores que devem ser firmados e comunicados aos usuários.

Segundo Arruda (2002), os CEs tornam claro o que uma organização empresarial entende por conduta ética. Tais CEs vão mais além, pois procuram especificar o comportamento esperado dos funcionários e ajudam a definir os marcos básicos de sua atuação.

Segundo Weber (1993) para o código de ética ser formalizado, ele necessita passar por um processo de conscientização por meio de instrumentos de gestão ética.

Assim, mesmo dispondo de um CE, as empresas não podem imaginar que seus usuários sempre se decidam por um comportamento ético, adotando-o. É preciso ter presente que se trata de processo indutivo de aceitação do CE.

Para Sarmento (2008), o processo de aceitação de questões éticas institucionalizadoras depende de um raciocínio indutivo por parte das empresas quanto à percepção da importância

de cumprimento da norma de obrigação moral pelos funcionários, assim como de uma análise do problema sob várias óticas, utilizando-se de diferentes formas de percorrer os caminhos e explorar as muitas alternativas, antes de definir a norma ideal.

Em muitos casos não será suficiente simplesmente fazer conhecer o conteúdo das regras de conduta ética, pois o gerenciamento da ética corporativa envolve o tratamento formal das questões éticas através de políticas, práticas e programas específicos de acompanhamento. Deve existir uma legitimação de ações comportamentais dos funcionários através de planos racionais legitimadores do comportamento. Segundo Mintzberg (2010), planos racionais são concebidos para promover inflexibilidade, estabelecer direções claras e impor estabilidade aos seus usuários.

Para Sarmento (2008) a existência de um CE por si só não é suficiente para orientar o comportamento empresarial e de seus empregados. A simples elaboração do CE e sua formalização, sem outras ações específicas, podem levá-lo ao esquecimento em curto espaço de tempo.

Da mesma forma, um CE imposto sem a adequada comunicação aos funcionários pode transformar-se em "documento de estante". E, ainda, um CE implantado e que sofre violações pela alta gerência ou outros funcionários, sem a necessária reação da empresa, perde a credibilidade. Para Sarmento (2008), é essencial examinar de que forma um CE deve ser desenvolvido, implantado e gerenciado, e a compreensão disso é base para o sucesso do isomorfismo institucional.

2.3 Conteúdo do Código de Ética e seu processo de gestão

Esta pesquisa adota como referencial teórico as variáveis dos estudos desenvolvidos por Arruda (2002), Schwartz (2004) e Sarmento (2008) para identificar os aspectos ligados ao conteúdo e processo de gestão que influenciam a internalização do CE.

Schwartz (2004), em seu trabalho usou uma metodologia qualitativa baseada em entrevistas em profundidade conduzidas no mercado canadense. Foram realizadas 57

entrevistas com funcionários de quatro empresas das áreas de telecomunicações, indústria, tecnologia e serviços financeiros.

Quanto à efetividade de um CE, Schwartz (2004) considera aspectos associados ao seu conteúdo, sua criação, seu implemento e sua administração. Quanto ao conteúdo, os CEs devem exemplificar as boas práticas éticas, quanto à criação, os funcionários devem envolver-se no processo de sua elaboração, quanto à implementação, os gestores devem servir de exemplo no seu cumprimento, e quanto à administração, as empresas precisam cumprir os padrões estabelecidos de forma imparcial.

O trabalho de Schwartz (2004) identificou como variáveis relevantes para a internalização do CE: provisão de exemplos no código, facilidade de leitura, tom utilizado na redação, relevância dos assuntos tratados, realismo, atuação da gerência superior, treinamento, reforço constante do código pela empresa, prática real dos padrões pela empresa, obrigatoriedade de comunicação dos desvios pelos empregados, divulgação pela empresa das inclusões no código de justificativas para as prescrições, envolvimento dos empregados e exigência de assinatura destes.

Dentre os numerosos tópicos abordados nos CEs, Arruda (2002) alerta que devem predominar alguns como respeito às leis do país, conflitos de interesse, proteção do patrimônio da instituição, transparência nas comunicações da organização e denúncias contra a prática de suborno, assédio e alcoolismo.

Para Arruda (2002), empresas devem implantar CEs porque estes têm a faculdade de fornecer diretrizes para que as pessoas se sintam seguras ao observarem os padrões éticos. Um CE deve, além de garantir homogeneidade nas relações corporativas, permitir o aumento da integração entre os funcionários da empresa, favorecer o ambiente de trabalho que desencadeia a boa qualidade da produção e alto rendimento, além de proteger interesses públicos e de profissionais que contribuem para a organização, criando consequentemente maior sensibilidade junto aos funcionários, permitindo-lhes procurar o bem-estar deles próprios, dos clientes e de fornecedores.

Segundo Arruda (2002, p.6):

> Contar com um comitê de ética ajuda os funcionários a perceberem que a ética é uma questão séria na organização, assim como a existência de um canal de comunicação (linhas telefônicas dedicadas ao assunto, por exemplo) e um processo de auditoria.

Sarmento (2008) utilizou-se dos estudos de Arruda (2002) e de Schwartz (2004) para analisar o problema, porém adotou uma metodologia quantitativa, cujo objetivo foi testar aqueles fatores no ambiente empresarial nacional. As variáveis identificadas por Schwartz foram também consideradas relevantes no Brasil, segundo o estudo de Sarmento (2008). Da mesma forma, as variáveis baseadas em Arruda (2002) – linha telefônica, comitê de ética e auditoria de ética – também foram consideradas relevantes.

Para esta pesquisa, foram consideradas as mesmas variáveis já utilizadas por Sarmento, porém aplicadas a um novo conjunto de respondentes e com uma defasagem de cinco anos, o que permitiu analisar se há sinais de evolução, no Brasil, quanto às variáveis que facilitam a internalização dos CEs.

Na Tabela 1 apresenta-se uma associação entre as variáveis estudadas seus respectivos autores e as perguntas objeto do questionário aplicado nesta pesquisa.

Tabela 1 – Associação, autores e perguntas do questionário:

(continua)

	Variáveis	Autor	Pergunta do Questionário
V1	Justificação	Schwartz(2004)	As regras de comportamento estabelecidas pelo CE devem ser acompanhadas de explicações justificadas?
V2	Exemplificação	Schwartz (2004)	É necessário que o CE apresente exemplos práticos de aplicação das regras de conduta estabelecidas?
V3	Linguagem	Schwartz (2004)	O CE deve citar/enfatizar os comportamentos proibidos na organização?
V4	Extensão	Schwartz (2004)	O CE deve ser conciso e focado?

V5	Participação na Concepção	Schwartz (2004)	É necessária a participação dos empregados na elaboração e estruturação do CE?
V6	Validação	Schwartz (2004)	Os funcionários devem assinar atestado formal de que tomaram ciência do CE em vigor?
V7	Treinamento	Schwartz (2004)	É necessário treinamento institucional sobre a importância do CE?
V8	Assimilação	Schwartz (2004)	A empresa deve realizar permanentemente atividades de divulgação interna sobre as regras do CE?
V9	Praticabilidade	Schwartz (2004)	Os gestores/gerentes devem servir de exemplo diante dos funcionários quanto ao cumprimento do CE?
V10	Obrigatoriedade de Denúncia	Schwartz (2004)	Todo funcionário deve ser obrigado a comunicar à empresa qualquer violação ao CE por parte de outrem?
V11	Divulgação de Violações	Schwartz (2004)	A empresa deve divulgar internamente as violações ocorridas ao CE?
V12	Punições	Schwartz (2004)	Deve existir punição rigorosa para funcionários que descumprirem o estabelecido?
V13	Exigibilidade	Schwartz (2004)	É fator de sucesso a empresa exigir permanente cumprimento do CE, por todos os níveis organizacionais?
V14	Comunicação anônima	Arruda (2002)	Os funcionários devem ter à disposição uma linha telefônica anônima, para delação de assuntos relativos ao CE?
V15	Comitês de Ética	Arruda (2002)	É necessária a existência de um órgão corporativo para interpretar, tratar e decidir sobre questões relativas ao CE?
V16	Auditoria de ética	Arruda (2002)	A empresa deve realizar auditorias periódicas para verificar se as disposições do CE estão sendo cumpridas?

Fonte: elaboração própria, com base em Sarmento (2008).

Apesar de Sarmento (2008) considerar em seu questionário mais duas variáveis: a primeira é associada à opinião dos respondentes se a aplicação do CE como ferramenta melhora o desempenho econômico, e a segunda também associada à opinião dos respondentes, considerando se sua prática fortalece a imagem da empresa, foram tratadas aqui apenas como informação adicional a percepção dos entrevistados quanto a importância sobre o tema.

3 – METODOLOGIA

3.1 Introdução

A pesquisa é quantitativa no tratamento dos dados. Foi aplicada pesquisa dedutiva, pois a estrutura conceitual e teórica é desenvolvida e depois testada pela observação; portanto, os casos particulares são deduzidos a partir de inferências gerais – método dedutivo, conforme Collis & Hussey (2005, p.27).

Como forma de assegurar o diagnóstico a partir do referencial teórico estabelecido, a pesquisa foi delineada em três fases distintas, porém, inter-relacionadas, conforme apresentado na Figura 1:

Fonte: elaboração própria

Figura 1 - Delineamento da pesquisa

A fase I representa a estruturação do tipo de pesquisa, em que foram desenvolvidas revisões bibliográficas as quais incluíram o artigo científico de Sarmento (2008), que amparou a elaboração do questionário semiestruturado utilizado nesta pesquisa *survey*, com intuito de identificar e diagnosticar as percepções e necessidades dos funcionários das organizações, através das interpretações incorridas, segundo Thiollent (2011).

3.2 Instrumentos da coleta de dados

A fase II é representada pela instrumentalização. As perguntas foram estruturadas em questionário com base nas variáveis identificadas por Sarmento (2008) e detalhadas na Tabela

1. O questionário foi aplicado a um novo conjunto de respondentes e com uma defasagem de cinco anos entre as pesquisas.

Além disso, incluíram-se as seguintes perguntas no questionário final, apresentado no Apêndice:

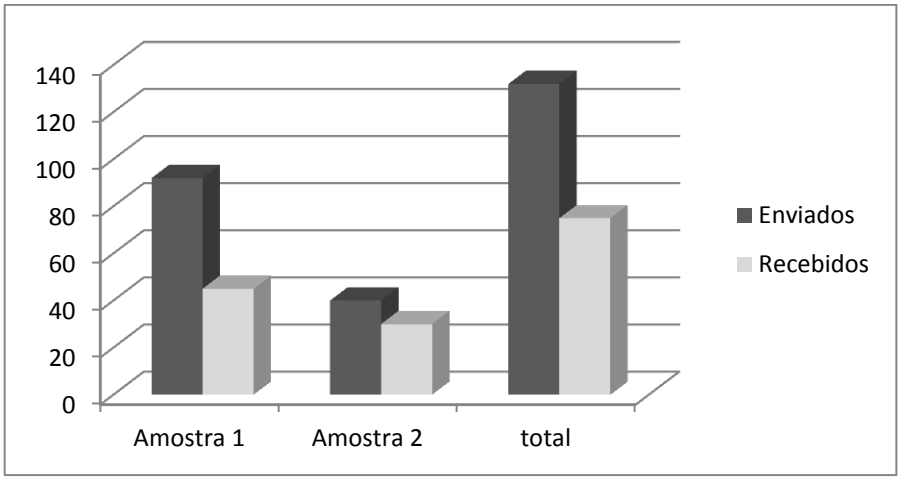
- Uma pergunta relativa à necessidade de o CE conter diretrizes relacionadas à sustentabilidade quando do resultado, em sugestão para estudos futuros, tendo em vista a crescente preocupação com o meio ambiente nos últimos anos;
- Cinco perguntas com o objetivo de caracterizar a amostra quanto ao gênero, à idade (maior que 30 anos?), tempo de casa (mais de 5 anos?), nível superior ou não, ter trabalhado ou não em outras empresas que também tinham CEs;
- Uma pergunta aberta, abrindo espaço para opiniões pessoais que pode enriquecer as conclusões da pesquisa.

Foi utilizada no questionário uma escala *likert* de cinco graus, respeitando a seguinte ordem: (1) discordo totalmente, (2) discordo parcialmente, (3) nem concordo nem discordo, (4) concordo parcialmente e (5) concordo totalmente.

O questionário aplicado contém informações prévias para os respondentes, indicando os objetivos da pesquisa e situando-os no tema (ver apêndice).

Foram aplicados 92 questionários no ano de 2012 em quatro grandes empresas, duas do setor financeiro, outra do setor automotivo e outra do setor de telecomunicações: O retorno das respostas foi de 43%. Tais questionários foram enviados por *e-mail* aos respondentes.

Em 2013 foram selecionados, também por facilidade de acesso na rede sócio profissional do pesquisador, mais 45 participantes, como tentativa de extensão da amostra. Para estes foi usado *software* de aplicação de questionários disponível em www.surveymonkey.com. O retorno para essa amostra foi de 67%. Tabulados os dados das duas amostras, obteve-se o total de 70 respondentes, conforme apresentado na Figura 2.



Fonte: elaboração própria.

Figura 2 – Questionários Enviados *vs.* Questionários Respondidos

3.3 Tratamento dos dados

Na fase III foram feitas a tabulação e organização dos resultados da amostra em resposta à questão da pesquisa. Os dados obtidos foram tratados por meio do *software Statistical Package for the Social Sciences* – SPSS versão Nº 20 – e buscou-se determinar as variáveis que, na percepção dos usuários, contribuem para a efetividade dos CEs.

A importância atribuída a cada variável foi inicialmente inferida por análise da frequência de respostas e por indicadores de estatística descritiva (média, desvio-padrão), comparados de forma meramente ilustrativa com os resultados de Sarmento (2008), já que os dados detalhados dessa pesquisa não estão disponíveis.

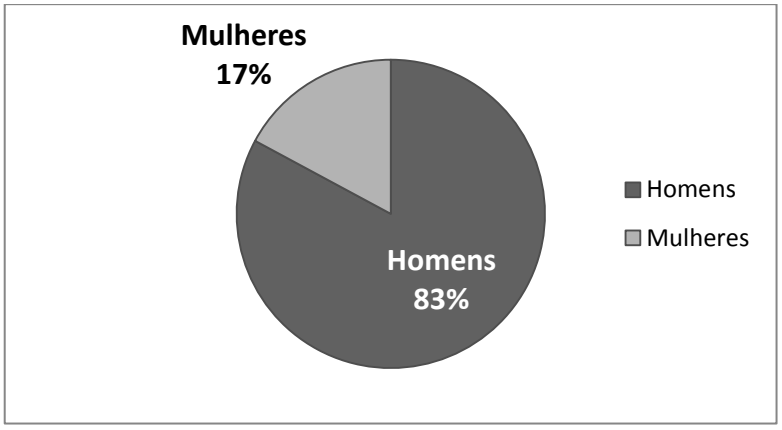
A multicolinearidade é indicativa de que uma análise fatorial pode agregar informações importantes para a interpretação dos resultados, de modo que se procedeu a esse tratamento estatístico também com a finalidade de melhor comparar os resultados desta pesquisa com a pesquisa de Sarmento (2008) e obter novas informações sobre o problema de pesquisa.

A análise fatorial tem como objetivo investigar a dependência de um conjunto das 16 variáveis-foco, manifestas em relação a um número menor de fatores, para identificar um padrão de correlações ou de covariância entre elas. Isso permite gerar um número menor de novas variáveis não observadas (fatores), mas calculadas a partir dos dados brutos.

Finalmente, buscou-se testar, por meio do teste Qui-quadrado, as hipóteses nulas de que os grupos de respondentes, quando divididos entre homens *vs.* mulheres, maiores de 30 anos *vs.* menores de 30 anos, mais antigos na empresa *vs.* mais recentes, maior escolaridade *vs.* menor escolaridade, não se diferenciam em suas opiniões sobre a relevância de cada variável para a efetividade de um CE.

Vale acrescentar que a estratificação "maiores ou menores de 30 anos" foi originalmente definida de modo a identificar se aqueles que entraram na vida adulta entre o final dos anos 1990 e início dos anos 2000, justamente o período no qual os escândalos financeiros começaram a ter mais reflexos econômicos e também a ser mais divulgados, teriam percepções diferenciadas sobre o tema, como sinaliza a literatura sobre coortes (Meredith *et al*. 2002). O termo coorte é utilizado para designar um grupo de indivíduos que têm em comum um conjunto de características e valores que os diferencia de outros grupos que tiveram vivências diferentes nos anos que marcam o início da vida adulta.

A amostra encontra-se assim dividida, entre esses grupos de respondentes apresentados nas Figuras de 3 a 7:



Fonte: elaboração própria.

Figura 3 – Gênero

Fonte: elaboração própria.

Figura 4 – Idade da Amostra

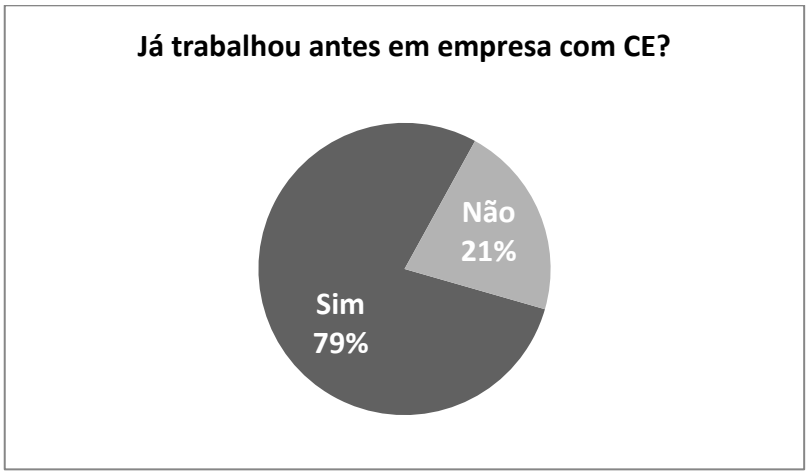
.

Fonte: elaboração própria.

Figura 5 – Tempo de Empresa

Fonte: elaboração própria.

Figura 6 – Nível de Escolaridade



Fonte: elaboração própria.

Figura 7 – Experiência em empresa com Código de Ética

O tamanho da amostra, embora aceitável, não permitiu a aplicação do teste qui-quadrado. Além disso. A amostra de respondentes não se revelou uniformemente distribuída quanto às características demográficas e de experiência do respondente.

3.4 Análise Fatorial

Para Malhotra (2007, p.588) a análise fatorial permite olhar para grupos de variáveis que tendem a ser correlacionadas entre si, facilitando consequentemente a identificação das dimensões subjacentes que explicam essas correlações. Collares (2001) vai mais além, quando cita que as técnicas de análise fatorial exploratória e confirmatória proporcionam evidências de validade para questionários comumente usados para diversos fins, sejam eles de resposta dicotômica ou ainda escalas tipo *likert*.

As etapas envolvidas em uma análise fatorial são ilustradas na Figura 8 em que o primeiro passo é a definição do problema e identificação das variáveis, o que já foi implementado nos capítulos anteriores. Em seguida, uma matriz de correlação de variáveis é construída e um método de análise fatorial selecionado, sendo posteriormente necessário definir o número de fatores, o método de rotação dos eixos e as variáveis a manter, na busca pela configuração que permite extrair as melhores conclusões, isto é, os fatores que melhor explicam as variâncias dos resultados. A seguir, procede-se à interpretação dos fatores identificados.

Fonte: pesquisador, baseado em Malhotra (2007)

Figura 8 – Estrutura da análise fatorial

As etapas para a adequada aplicação e tratamento estatístico através de uma análise fatorial segundo Malhotra (2007, p. 592), são:

- O teste de esfericidade de Bartlett, pois o referido teste analisa se a matriz de correlação é uma matriz identidade, o que indicaria que não há correlação entre os dados. Dessa forma, procura-se, para um nível de significância, por exemplo de 5%, rejeitar a hipótese nula de matriz de correlação identidade, o que indica que a análise fatorial pode contribuir para a interpretação dos resultados, segundo Malhotra (2007, p.595).

- A matriz de correlação, que demonstra as correlações simples entre todos os possíveis pares de variáveis incluídas na análise, permite já identificar as relações de colinearidade e possíveis interações na formação de um número menor de fatores.

- O teste Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), também usado para examinar a adequação da análise fatorial. Segundo Hair (2010), a medida pode ser interpretada considerando 0,80 ou acima como meritória, 0,70 até 0,80, como mediana, 0,60 até 0,70 como medíocre, 0,50 até 0,60 como miserável e abaixo disso como desprezível.

- A tabela de comunalidades, que indica a quantidade de variância de cada variável explicada pela solução fatorial. Segundo Hair (2010), na maioria das aplicações as comunalidades devem exceder a 0,60 para a maioria das variáveis.

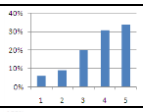
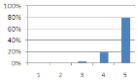
- O autovalor que representa a variância total explicada por cada fator, usado para identificar quantos fatores devem ser considerados na análise. Segundo Malhotra (2007, p.597), somente autovalores superiores a 1,0 devem ser considerados.

- *Scree* Teste, também usado para definir o número ótimo de fatores a extrair dos dados, é um gráfico que permite definir visualmente o momento a partir do qual a extração de novos fatores não é mais interessante, dado que as variâncias peculiares a cada variável passam a dominar as variâncias de origem comum. Para Malhotra (2007, p.597) geralmente o número ótimo vai ser um ou um pouco mais do que o determinado pelo autovalor.

4 RESULTADOS

Começamos este capítulo por alguns resultados secundários, envolvendo duas perguntas consideradas por Sarmento (2008) e tratadas de forma diferenciada nesta pesquisa. Tais perguntas buscaram medir a percepção dos entrevistados quanto ao impacto da implantação e uso dos CEs no desempenho econômico ou na imagem da empresa. Os resultados apurados nesta pesquisa, ilustrados na Tabela 2, ajudam a lançar luz sobre as respostas dadas às demais 16 variáveis medidas no questionário, estas sim focadas no problema de pesquisa sobre os fatores que facilitam a internalização dos CEs nas empresas.

Tabela 2 – Impacto de Código de Ética na empresa:

	1	2	3	4	5	Gráfico de Frequência
A aplicação do Código de Ética na empresa melhora o desempenho econômico	6%	9%	20%	31%	34%	
A prática do Código de Ética fortalece a imagem da empresa	0%	0%	3%	19%	79%	

Nota: 1-discorda totalmente, 2-discorda parcialmente, 3-nem concorda nem discorda, 4-concorda parcialmente, 5- concorda totalmente.

Fonte: elaboração própria

Observa-se que 79% dos respondentes *concordam totalmente* que os CEs fortalecem a imagem da empresa, porém apenas 34% da amostra corroboram totalmente que eles trazem benefícios econômicos para a empresa, sendo que 15% dos respondentes *discordam* dessa afirmação. Ainda não há, aparentemente, uma unanimidade de que uma boa imagem neste quesito traz benefícios econômicos.

O questionário incluiu outra pergunta que tentou medir a preocupação com a sustentabilidade como fator relevante ou não para a internalização do CE. Todos os respondentes atribuíram nota 5 neste quesito, o que levou o autor a questionar se a questão foi formulada de forma inócua, isto é, levando os respondentes a responder o que é politicamente correto, não necessariamente condizente com sua real percepção sobre o tema. De qualquer forma, é um item importante a investigar e que merece ser novamente tratado em estudos

futuros, sugerindo-se, ainda, que o termo sustentabilidade seja melhor esclarecido para os entrevistados, isto é envolvendo as dimensões econômicas, social e ambiental.

4.1 Análise de frequência das respostas

As Tabelas 3 e 4 apresentam as frequências das respostas obtidas para as demais 16 variáveis, foco desta pesquisa.

A estatística descritiva aplicada demonstra uma concentração representativa de 77% de respondentes que concordam que as variáveis apresentadas são de alguma forma, necessárias para a efetividade de um CE, sendo que, desses, 61% *concordam totalmente*. A distribuição percentual do total da amostra e para todos os atributos medidos pelo questionário está apresentada na Tabela 3.

Tabela 3 – Distribuição percentual das respostas, total da amostra, todos os atributos:

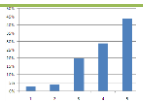
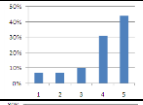
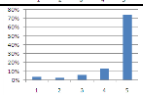
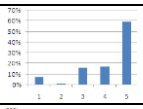
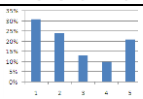
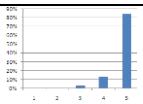
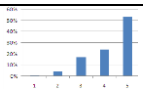
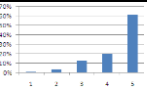
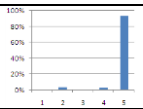
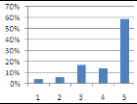
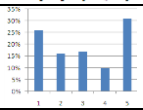
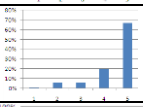
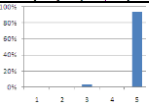
	Esta pesquisa
Discorda totalmente	7%
Discorda parcialmente	5%
Nem concorda nem discorda	11%
Concorda parcialmente	16%
Concorda totalmente	61%

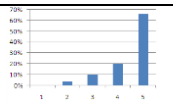
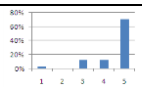
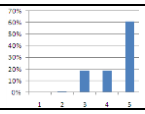
Fonte: elaboração própria

A concentração do "de acordo" com as variáveis é corroborado pelo resultado da distribuição de frequências para cada uma das variáveis utilizadas, conforme representado na Tabela 4.

Tabela 4 – Distribuição das Respostas as 16 perguntas do questionário:

(continua)

		1	2	3	4	5	Gráfico de Frequencia
V1	As regras de comportamento estabelecidas pelo Código de Ética devem ser acompanhadas de explicações justificadas?	3%	4%	20%	29%	44%	
V2	É necessário que o Código de Ética apresente exemplos de aplicação das regras de conduta.	7%	7%	10%	31%	44%	
V3	O Código de Ética deve enfatizar os comportamentos proibidos.	4%	3%	6%	13%	74%	
V4	O Código de Ética deve ser conciso e focado?	7%	1%	16%	17%	59%	
V5	É necessária a participação dos empregados na elaboração do Código de Ética.	31%	24%	13%	10%	21%	
V6	Os funcionários devem assinar atestado formal de que tomaram ciência do Código de Ética em vigor?	0%	0%	3%	13%	84%	
V7	É necessário treinamento institucional sobre a importância do Código de Ética?	1%	4%	17%	24%	53%	
V8	A empresa deve realizar permanentemente atividades de divulgação interna sobre as regras do Código de Ética.	1%	4%	13%	20%	61%	
V9	Os gestores/gerentes devem servir de exemplo diante dos funcionários quanto ao cumprimento do Código de Ética?	0%	4%	0%	3%	93%	
V10	Todo funcionário deve ser obrigado a comunicar à empresa qualquer violação ao Código de Ética por parte de outrem?	4%	6%	17%	14%	59%	
V11	A empresa deve divulgar internamente as violações ocorridas ao Código de Ética?	26%	16%	17%	10%	31%	
V12	Deve existir punição rigorosa para funcionários que descumprirem o Código de Ética estabelecido?	1%	6%	6%	20%	67%	
V13	É fator de sucesso a empresa exigir permanentemente cumprimento do Código de Ética, por todos os níveis organizacionais?	0%	0%	4%	1%	94%	

V14	Os funcionários devem ter à disposição uma linha telefônica anônima, para delação de assuntos relativos ao Código de Ética?	0%	4%	10%	20%	66%	
V15	É necessária a existência de um órgão na empresa para decidir sobre assuntos relativos ao Código de Ética.	3%	0%	13%	13%	71%	
V16	A empresa deve realizar auditorias para verificar se as disposições do Código de Ética estão sendo cumpridas.	0%	1%	19%	19%	61%	

Fonte: elaboração própria

Os dados resultantes da compilação foram a seguir hierarquizados a partir da percepção dos respondentes diante dos fatores mais significativos para aceitação e aplicabilidade de um CE.

O resultado da hierarquização revela que 94% da amostra *concordam totalmente* que as empresas precisam exigir permanentemente o cumprimento de seus CEs por todos os níveis de funcionários (V13). Da mesma forma, 93% da amostra *concordam totalmente* que os gerentes devem servir de exemplo perante os empregados, no cumprimento do CE (V9).

No extremo oposto, observa-se que, quando se trata da participação dos empregados na elaboração do CE (V5), apenas 21% da amostra *concordam totalmente* com tal necessidade. Ainda quanto a esse fator, 56% da amostra *discordam totalmente ou parcialmente* da necessidade, sinalizando que esse item mereceria melhor investigação via entrevistas em profundidade.

Podem ser vários os motivos para esse resultado, a começar pela percepção de que o CE é apenas mais um documento de prateleira sem efeitos práticos. Segundo Heloani (2004) um código de ética se não aplicado juntamente com canais de denúncia ética, não são totalmente eficazes. Até o extremo oposto, isto é, de que o CE é algo tão importante que deve ser absolutamente fiel aos princípios básicos da ética e da cultura da empresa, não podendo ser atenuado ou descaracterizado, a não ser pela democratização de sua discussão.

Segundo Cherman & Tomei (2005) trata-se de documento formal distinto, que especifica obrigações éticas conscientes para a conduta organizacional, só existindo se for formulado com o propósito único de ser guiado por padrões morais para condutas éticas.

Outro ponto a ressaltar refere-se à divulgação da reação da empresa a eventuais violações do CE (V11), medida com a qual 26% dos respondentes *discordam totalmente*, outro resultado que justifica novo estudo qualitativo para elaborar melhor os motivos – culturais, pessoais ou outros – que tornaram esse item discrepante em relação aos demais. É interessante observar que, embora nenhum respondente tenha discordado totalmente de mecanismos de denúncia anônima de quebras do código, 26% julgam que a reação da empresa a violações não deveria ser divulgada.

O fato de que 7% da amostra também discordem que os violadores do CE deveriam ser punidos (V12) é indício que merece melhor investigação em trabalhos futuros e reforça os indícios de uma cultura local benevolente com a infração ou, ainda, avessa a conflitos. Ressalte-se que essas duas últimas variáveis foram originalmente propostas por Schwartz (2004), analisando o mercado canadense.

Quanto à estrutura do CE, há uma clara preponderância a que ele seja detalhado (V4), apresentando exemplos (V2) e enfatizando comportamentos proibidos (V3), e que os funcionários formalmente atestem que conhecem os seus termos (V6). Isto pode ser novamente reflexo da cultura brasileira, influenciada pelo Direito Romano, que se ampara na formalização e nas leis escritas.

É importante enfatizar que, embora o questionário tenha incluído uma pergunta aberta, dando espaço para que os respondentes indicassem outros atributos que considerassem importantes para a internalização do CE, infelizmente não houve contribuições espontâneas. De qualquer forma, esse resultado pode ser um indício de que a lista de atributos já é suficientemente completa ou, ainda, exaustiva para responder, o que ajuda a justificar a análise fatorial detalhada no item 4.4.

4.2 Análise das respostas, por grupos de respondentes

Nesta fase da pesquisa, procurou-se identificar se as percepções são diferentes, a depender do gênero, idade, escolaridade, tempo de trabalho na empresa, experiência de trabalho em outras empresas que também tinham CEs. Essa análise não foi feita por Sarmento (2008), de modo que os resultados não podem ser comparados.

Observando-se os histogramas da Tabela 4, as distribuições não são normais, de modo que a análise foi feita usando o teste Qui-quadrado, que permite abdicar da premissa de normalidade, exigindo-se, no entanto, que cada estrato tenha pelo menos 5 observações esperadas (Mac Clave, Benson & Sincich, 2004). Considerando as classificações (homens *vs.* mulheres; > 30 anos *vs.* < 30 anos; > 5 anos na empresa *vs.* < 5 anos na empresa; outra experiência ou não com CEs), testou-se, para cada uma das 16 variáveis, a hipótese nula de que as percepções são iguais.

Em cada uma dessas classificações, não foi possível rejeitar as hipóteses nulas de que percepções dos dois grupos analisados são iguais, para quaisquer das 16 variáveis. A falha em rejeitar em geral ocorreu porque o número esperado de respostas em cada estrato foi inferior a 5, não satisfazendo à precondição para aplicabilidade do teste Qui-quadrado.

4.3 Comparação com os resultados de Sarmento (2008)

Para melhor detalhamento comparativo dos resultados obtidos nesta pesquisa com a pesquisa de Sarmento (2008), foi aplicada estatística descritiva das 16 variáveis, e o resultado é apresentado na Tabela 5.

Tabela 5 – Estatística Descritiva

		Sarmento (2008)		Esta Pesquisa (2013)	
		Média	**Desvio Padrão**	**Média**	**Desvio Padrão**
V1	Justificação	3,7263	1,30010	4,0857	1,03199
V2	Exemplificação	3,9684	1,14346	3,9857	1,22170
V3	Linguagem	4,0526	1,16115	4,5000	1,03209
V4	Extensão	3,9368	1,15603	4,2000	1,18688
V5	Concepção	3,3474	1,32704	**2,6571**	1,54062
V6	Validação	3,9895	1,20720	**4,8143**	**,45977**
V7	Treinamento	4,421	1,13846	4,2286	,98056
V8.	Assimilação	4,1684	1,15457	4,3571	,96362
V9	Praticabilidade	4,3053	1,14922	**4,8429**	**,62868**
V10	Obrigatoriedade	3,7895	1,27074	4,1714	1,16683
V11	Divulgação	3,1684	1,43403	3,0714	1,61803
V12	Punições	3,7789	1,21322	**4,4571**	**,92761**
V13	Exigibilidade	4,2000	1,15409	**4,9000**	**,42221**
V14	Comunicação	3,6105	1,32324	**4,4714**	**,84650**
V15	Comitês	3,5368	1,28668	**4,5000**	**,92861**
V16	Auditoria	3,8737	1,18718	**4,4143**	**,82520**

Fonte: Sarmento (2008, p.52) e o próprio pesquisador.

Sem a base de dados de Sarmento (2008), não é possível um teste estatístico da hipótese nula de que as duas pesquisas têm resultados iguais. No entanto, observam-se médias maiores e desvios padrão menores nas variáveis V6, V12, V13, V14, V15. Isto sinaliza que, passados 5 anos e com uma nova amostra, pode estar ocorrendo maior convergência quanto à importância de que os funcionários assinem formalmente o CE (V6) e de que sua obediência seja exigida de todos os níveis hierárquicos (V13).

Além disso, mecanismos formais de resposta a desvios aos códigos, tais como meios para denunciar (V14), punições aos desvios (V12) e a existência de um Comitê de Ética (V15), também parecem ser hoje considerados mais importantes do que na pesquisa de Sarmento (2008).

Por outro lado, a variável V5 – participação dos empregados na elaboração e estruturação do CE – continua sendo a de menor média entre as 16 variáveis, tendo sido

observado inclusive uma média ainda menor que a obtida em Sarmento (2008), corroborando a interpretação desta variável, detalhada no item 4.1, assim como a necessidade de um estudo futuro que investigue esse aspecto com maior profundidade.

Sarmento (2008) identificou forte multicolinearidade entre as 16 variáveis e empreendeu uma análise fatorial que foi replicada nesta pesquisa, não só para fins comparativos, mas também porque as respostas dadas nesta pesquisa também apresentam multicolinearidade, embora em menor grau.

Na analise fatorial, os 16 atributos identificados por Sarmento (2008) são variáveis que podem apresentar, ou não, um padrão de correlações. Tais variáveis estão novamente codificadas na Tabela 6 com o objetivo de facilitar a visualização e leitura dos dados apresentados a seguir.

Tabela 6 – Codificação das Variáveis:

VARIÁVEIS	DENOMINAÇÃO
V1	Justificação
V2	Exemplificação
V3	Linguagem
V4	Extensão
V5	Concepção
V6	Validação
V7	Treinamento
V8	Assimilação
V9	Prática
V10	Obrigação
V11	Divulgação
V12	Punições e Recompensas
V13	Exigibilidade
V14	Comunicação anônima
V15	Comitê de Ética

V16	Auditoria de Ética

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2008).

A análise fatorial começa com a composição de uma matriz de 16 colunas representando as variáveis e 70 linhas representando os respondentes, utilizando-se o SPSS para proceder aos testes e etapas da análise fatorial, anteriormente detalhados.

Para associação estatística com a análise fatorial foi elaborada a matriz de correlação conforme a Tabela 7.

Tabela 7 – Matriz de Correlação:

	V1	**V2**	**V3**	**V4**	**V5**	**V6**	**V7**	**V8**	**V9**	**V10**	**V11**	**V12**	**V13**	**V14**	**V15**	**V16**
V1	1,000	,231	,014	-,097	-,236	,278	,138	,071	,133	,048	-,038	,231	,186	,136	,091	,128
V2	,231	1,000	,224	-,148	,159	,124	,208	,140	,110	-,059	,125	,083	,025	,133	,057	-,008
V3	,014	,224	1,000	,024	-,055	,229	,000	-,080	-,078	-,012	-,022	,030	,150	,025	-,068	-,009
V4	-,097	-,148	,024	1,000	,038	-,090	-,040	-,101	-,132	-,182	-,098	,153	,040	-,153	-,105	-,101
V5	-,236	,159	-,055	,038	1,000	-,009	-,053	,084	,063	-,072	,039	,121	,125	,081	-,030	,022
V6	,278	,124	,229	-,090	-,009	1,000	,321	,348	,600	,438	,115	,508	,351	,265	,322	,435
V7	,138	,208	,000	-,040	-,053	,321	1,000	,419	,200	,257	,026	,170	,021	,235	,302	,311
V8.	,071	,140	-,080	-,101	,084	,348	,419	1,000	,166	,435	,309	,220	,196	,270	,591	,522
V9	,133	,110	-,078	-,132	,063	,600	,200	,166	1,000	,255	,011	,622	,158	,386	,360	,295
V10	,048	-,059	-,012	-,182	-,072	,438	,257	,435	,255	1,000	,293	,301	,300	,284	,321	,452
V11	-,038	,125	-,022	-,098	,039	,115	,026	,309	,011	,293	1,000	,046	,011	,028	,178	,260
V12	,231	,083	,030	,153	,121	,508	,170	,220	,622	,301	,046	1,000	,155	,386	,353	,412
V13	,186	,025	,150	,040	,125	,351	,021	,196	,158	,300	,011	,155	1,000	,093	,166	,245
V14	,136	,133	,025	-,153	,081	,265	,235	,270	,386	,284	,028	,386	,093	1,000	,360	,380
V15	,091	,057	-,068	-,105	-,030	,322	,302	,591	,360	,321	,178	,353	,166	,360	1,000	,426
V16	,128	-,008	-,009	-,101	,022	,435	,311	,522	,295	,452	,260	,412	,245	,380	,426	1,000

Fonte: extraído pelo pesquisador do SPSS e validado pelo *software Excel - Windows* 2007 .

Em contraste com a matriz de correlação obtida por Sarmento (2008), os resultados desta pesquisa mostram algumas correlações baixas, já indicando que as variáveis à compor cada fator e a interpretação de cada fator serão bem diferentes dos resultados obtidos por Sarmento (2008).

A simples observação da matriz de correlação obtida, já demostra não se tratar da matriz identidade, assim a tabela 8 mostra os testes de Bartlett e KMO, que indicam fazer sentido prosseguir com a análise fatorial.

Tabela 8 – KMO e Teste de Bartlett:

Kaiser-Meyer-Olkin - Média de Adequação da amostra – MSA	,672
Teste de Bartlett de Aproximação qui- quadrado esfericidade	294,778
GI	120
Significância.	,000

Fonte: extraído pelo pesquisador do SPSS.

O teste KMO, Medida Geral de Adequação da Amostra – MSA – apresentou um valor acima de 0,60. Segundo Marques (2010), valores entre 0,5 e 1,0 indicam que a análise fatorial é apropriada, enquanto valores abaixo de 0,5 indicam que a análise fatorial pode ser inadequada.

A análise foi complementada com a observação da linha diagonal da matriz de correlações de anti-imagem conforme demonstrado na Tabela 9. Segundo Hair (2010), esta matriz representa o grau em que um fator explica o outro, após a análise fatorial. A diagonal contém a MSA para cada variável, e os valores de fora da diagonal são correlações parciais entre variáveis.

Tabela 9 – Matriz de correlação – anti-imagem:

	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16
V1	,418[a]	-,264	,211	,154	,362	-,223	-,028	,033	,213	,171	,052	-,254	-,222	-,077	,041	,010
V2	-,264	,435[a]	-,284	,134	-,216	,077	-,205	-,132	-,107	,142	-,185	-,010	,019	-,055	,054	,153
V3	,211	-,284	,239[a]	,017	,154	-,380	,046	,152	,325	,092	,029	-,094	-,137	-,102	,003	,020
V4	,154	,134	,017	,331[a]	,053	,001	-,108	-,021	,228	,220	-,001	-,404	-,165	,096	,062	,097
V5	,362	-,216	,154	,053	,269[a]	-,016	,066	-,128	,057	,185	-,021	-,207	-,232	-,096	,150	,026
V6	-,223	,077	-,380	,001	-,016	,737[a]	-,151	-,151	-,497	-,201	-,028	-,066	-,149	,147	,078	-,116
V7	-,028	-,205	,046	-,108	,066	-,151	,761[a]	-,221	-,017	-,101	,174	,101	,167	-,063	-,041	-,105
V8.	,033	-,132	,152	-,021	-,128	-,151	-,221	,748[a]	,185	-,157	-,136	,065	-,025	-,001	-,463	-,238
V9	,213	-,107	,325	,228	,057	-,497	-,017	,185	,629[a]	,112	,043	-,447	-,051	-,178	-,162	,089
V10	,171	,142	,092	,220	,185	-,201	-,101	-,157	,112	,753[a]	-,220	-,184	-,251	-,131	,061	-,059
V11	,052	-,185	,029	-,001	-,021	-,028	,174	-,136	,043	-,220	,628[a]	,044	,127	,105	-,038	-,159
V12	-,254	-,010	-,094	-,404	-,207	-,066	,101	,065	-,447	-,184	,044	,684[a]	,169	-,104	-,127	-,220
V13	-,222	,019	-,137	-,165	-,232	-,149	,167	-,025	-,051	-,251	,127	,169	,587[a]	,056	-,081	-,112
V14	-,077	-,055	-,102	,096	-,096	,147	-,063	-,001	-,178	-,131	,105	-,104	,056	,831[a]	-,134	-,186
V15	,041	,054	,003	,062	,150	,078	-,041	-,463	-,162	,061	-,038	-,127	-,081	-,134	,799[a]	-,028
V16	,010	,153	,020	,097	,026	-,116	-,105	-,238	,089	-,059	-,159	-,220	-,112	-,186	-,028	,858[a]

Fonte: extraído pelo pesquisador através do SPSS

a. Médida Geral de Adequação da Amostra - MSA

No quadro acima se verifica que o valor da MSA para cada uma das variáveis se apresenta superior a 0,50, exceto para as variáveis V1, V2, V3 V4 e V5, ou seja, estas são candidatas à eliminação da análise fatorial, por não serem suficientemente explicadas pelo modelo. Antes disso, no entanto, é importante relatar os resultados da análise fatorial com a análise das comunalidades.

A variância total de uma variável em particular tem dois componentes: a variância comum, explicável pela solução fatorial encontrada, e a variância única, que é específica para essa variável, ou erro. As comunalidades são as proporções de variância comum presente numa variável. A Tabela 10 detalha essa proporção nas variáveis analisadas.

Tabela 10 – Comunalidades:

	Inicial	Extração
V1	1,000	,765
V2	1,000	,736
V3	1,000	,691
V4	1,000	,643
V5	1,000	,734
V6	1,000	,761
V7	1,000	,702
V8	1,000	,743
V9	1,000	,790
V10	1,000	,614
V11	1,000	,641
V12	1,000	,790
V13	1,000	,586
V14	1,000	,411
V15	1,000	,557
V16	1,000	,584

Fonte: extraído pelo pesquisador do SPSS - Método da extração dos componentes principais.

Segundo Hair (2010), variáveis com comunalidades inferiores a 0,50, são candidatas à eliminação da análise fatorial, por não serem suficientemente explicadas pelo novo modelo.

Os fatores foram determinados baseados no percentual de variância. Para Malhotra (2007) e Hair (2010) em Ciências Sociais uma solução aceitável é aquela em que a percentagem cumulativa de variância extraída por meio dos fatores é pelo menos 60% da variância total.

A escolha do número de fatores é uma das tarefas mais importantes da análise fatorial, e quando a escolha identifica um número elevado de dimensões, não é possível identificar estruturas importantes existentes nos dados, segundo Marques (2010).

A Tabela 11 apresenta para a pesquisa um resultado de seis fatores com autovalor maior que 1 e, portanto, significantes, explicando no total 66,313% da variância. Para análise da variância explicada foi aplicado o método de rotação ortogonal Varimax.

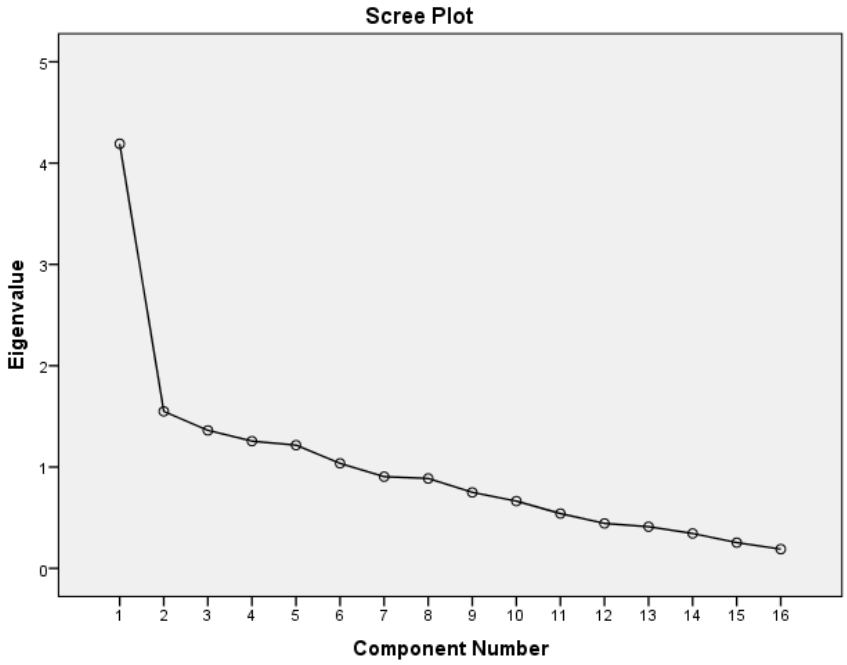
Tabela 11 – Matriz da Variância Explicada:

Fatores	**Autovalores Explicados**			**Extraction Sums of Squared Loadings**			**Rotation Sums of Squared Loadings**
	Total	**Variância %**	**Acumulado %**	**Total**	**Variância %**	**Acumulado %**	**Total**
1	4,191	26,191	26,191	4,191	26,191	26,191	3,008
2	1,549	9,684	35,876	1,549	9,684	35,876	3,199
3	1,362	8,511	44,387	1,362	8,511	44,387	1,339
4	1,256	7,849	52,235	1,256	7,849	52,235	1,344
5	1,216	7,602	59,837	1,216	7,602	59,837	1,718
6	1,036	6,476	66,313	1,036	6,476	66,313	1,363
7	,905	5,654	71,967				
8	,887	5,545	77,512				
9	,750	4,687	82,199				
10	,664	4,149	86,348				
11	,541	3,381	89,729				
12	,444	2,774	92,503				
13	,411	2,570	95,073				
14	,344	2,151	97,224				
15	,254	1,589	98,813				
16	,190	1,187	100,000				

Fonte: extraído pelo pesquisador do SPSS

Método de Extração: Análise de Componentes Principais. Rotação: Varimax

No entanto, outro critério de decisão, o teste *Scree*, indica um número menor de fatores. O teste *Scree*, segundo Hair (2010), é usado para identificar o número ótimo de fatores que podem ser extraídos antes de a quantidade de variância específica começar a dominar a variância comum. Para as 16 variáveis consideradas, a Figura 9 mostra o teste *Scree.*



Fonte: extraído pelo pesquisador do SPSS

Figura 9 – Gráfico *Scree Test*

Segundo Collares (2011), o número de fatores a ser considerado deve ser o número a esquerda do ponto de inflexão. No caso das variáveis analisadas, foram considerados na pesquisa os dois primeiros fatores apresentados no teste, pois é a partir desse ponto que a curva se inclina fortemente para a direita.

Quando os fatores são extraídos, novas comunalidades podem ser calculadas, as quais representam a correlação múltipla entre cada variável e os fatores extraídos, segundo Collares (2011). A Tabela 12 detalha os resultados. Hair (2010) indica como desejáveis valores superiores a 0,65 para amostras como a da pesquisa, de 70 respondentes.

Tabela 12 – Matriz Fatorial Rotacionada:

	Componentes da Matriz					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
V6	,744	,326	,011	-,038	,205	-,087
V16	,722	-,221	-,075	-,035	,129	,033
V8	,674	-,456	,123	,102	,027	,267
V15	,670	-,252	-,052	-,067	-,132	,162
V12	,657	,372	-,386	,035	-,111	,045
V9	,643	,350	-,293	-,036	-,286	-,251
V10	,639	-,281	-,017	-,129	,319	-,216
V14	,575	,082	-,067	,040	-,340	-,114
V11	**,279**	-,502	,217	,235	,192	-,157
V1	**,293**	,428	,380	-,392	-,033	,050
V2	,**201**	,269	,620	,463	-,289	,110
V5	**,048**	-,014	-,280	,830	-,148	-,085
V13	**,379**	,208	-,048	,146	,607	-,105
V3	**,042**	,424	,396	,260	,441	,062
V4	**-,174**	,190	-,471	,097	,274	,691
V7	**,498**	-,093	,252	-,086	-,216	,516

Fonte: extraído pelo pesquisador através do SPSS

Método de Extração: Análise dos componentes principais. 6 componentes extraídos.

A partir da consideração dos dois fatores identificadas pelo teste *Scree*, assim como em Sarmento (2008), procedeu-se a sucessivos ajustes na especificação do modelo fatorial ideal. Foram realizadas eliminações gradativas das variáveis que apresentaram carga fatorial mais baixa nos dois fatores. A cada novo processamento dos dados no *software* SPSS, foram reavaliados os parâmetros resultantes e readequada a especificação do modelo fatorial. Com o sucessivo reprocessamento das variáveis, concluiu-se por eliminar oito variáveis, a saber: V5,V13,V3,V4,V7,V2,V1 e V11.

Os resultados do processamento da análise fatorial final, com as oito variáveis, estão detalhados na sequência nas Tabelas 13 a 17:

Tabela 13 – Matriz de Correlação – Novos Fatores:

	V16	V8	V9	V10	V12	V14	V15	V16
V16	1,000	,348	,600	,438	,508	,265	,322	,435
V8	,348	1,000	,166	,435	,220	,270	,591	,522
V9	,600	,166	1,000	,255	,622	,386	,360	,295
V10	,438	,435	,255	1,000	,301	,284	,321	,452
V12	,508	,220	,622	,301	1,000	,386	,353	,412
V14	,265	,270	,386	,284	,386	1,000	,360	,380
V15	,322	,591	,360	,321	,353	,360	1,000	,426
V16	,435	,522	,295	,452	,412	,380	,426	1,000

Fonte: extraído pelo pesquisador do SPSS.

Tabela 14 – KMO e Teste de Bartlett – Novos Fatores:

Kaiser-Meyer-Olkin - Média de Adequação da Amostra – MSA.	,804
Teste de Bartlett de Aproximação qui- quadrado esfericidade	188,255
GI	28
Significância.	,000

Fonte: extraído pelo pesquisador do SPSS

Tabela 15 – Matriz de Correlação – anti-imagem – Novos Fatores.

	V6	V8	V9	V10	V12	V14	V15	V16
V6	,798[a]	-,147	-,440	-,235	-,132	,106	,072	-,150
V8	-,147	,730[a]	,156	-,190	,080	-,015	-,483	-,279
V9	-,440	,156	,726[a]	,049	-,393	-,191	-,191	,082
V10	-,235	-,190	,049	,875[a]	-,037	-,092	,001	-,170
V12	-,132	,080	-,393	-,037	,839[a]	-,118	-,083	-,189
V14	,106	-,015	-,191	-,092	-,118	,873[a]	-,123	-,173
V15	,072	-,483	-,191	,001	-,083	-,123	,789[a]	-,058
V16	-,150	-,279	,082	-,170	-,189	-,173	-,058	,859[a]

Fonte: extraído pelo pesquisador do SPSS

a. Medida de Adequação da Amostra - MSA

Tabela 16 – Comunalidades – Novos Fatores:

	Inicial	Extração
V6	1,000	,610
V8	1,000	,779
V9	1,000	,797
V10	1,000	,472
V12	1,000	,708
V14	1,000	,366
V15	1,000	,568
V16	1,000	,601

Fonte: extraído pelo pesquisador do SPSS – Método da extração dos componentes principais

Tabela 17 – Matriz da Variância Explicada – Novos Fatores:

Componentes	Autovalores Explicados			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	Variância %	Acumulada %	Total	Variância %	Acumulada %	Total	Variância %	Acumulada %
1	3,691	46,136	46,136	3,691	46,136	46,136	2,480	31,003	31,003
2	1,211	15,139	61,274	1,211	15,139	61,274	2,422	30,271	61,274
3	,808	10,097	71,372						
4	,693	8,667	80,039						
5	,532	6,646	86,685						
6	,445	5,560	92,245						
7	,340	4,244	96,489						
8	,281	3,511	100,000						

Fonte: extraído pelo pesquisador do SPSS

Método de Extração: Análise de Componentes Principais. Varimax

Os dados resultantes deste processamento podem ser considerados satisfatórios, uma vez que o teste de Bartlett de esfericidade e as médias de Adequação da Amostra (MSA) mostraram resultados compatíveis com a análise fatorial. Nesta última o número evoluiu de 0,673 para 0,804. Os dois fatores extraídos no processamento apresentaram um nível de explicação da variância de 46,136% e 15,139% acumulando 61,274%.

Para identificar quais variáveis compõem os fatores identificados, foi elaborada a Tabela 18:

Tabela 18 – Componentes da matriz rotacionada extraída:

Variáveis	**Fator**	
	1	**2**
V6 - Os empregados devem assinar, atestando formalmente que tomaram conhecimento do Código de Ética.	,733	-,270
V16 - A empresa deve realizar auditorias para verificar se as disposições do Código de Ética estão sendo cumpridas.	,728	,268
V12 - Deve existir punição para os empregados que descumprirem o Código de Ética.	,708	-,455
V15 - É necessária a existência de um órgão na empresa para decidir sobre assuntos relativos ao Código de Ética.	,686	,313
V9 - Os gerentes devem servir de exemplo perante os empregados, no cumprimento do Código de Ética.	,685	-,573
V8 - A empresa deve realizar permanentemente atividades de divulgação interna sobre as regras do Código de Ética.	,649	,598
V10 - Todo empregado deve ser obrigado a comunicar à empresa qualquer violação ao Código de Ética.	,636	,262
V14 - Os empregados devem ter à disposição uma linha telefônica anônima, para assuntos relativos ao Código de Ética.	,599	-,087

Fonte: extraído pelo pesquisador do SPSS

Método de Extração: Principais componentes da análise fatorial. 2 componentes extraídos – Método rotação: Varimax

Segundo Hair *et al.* (*apud* Sarmento, 2008, p.64),

> obtida a solução fatorial na qual todas as variáveis têm carga significante em algum fator e desprezíveis nos demais, deve-se buscar designar um sentido para o padrão de cargas fatoriais, sendo que as cargas mais altas devem ser consideradas mais importantes, influindo preponderantemente sobre o nome selecionado para representar o fator.

Com objetivo de estabelecer uma interpretação para os dois fatores principais, bem como comparar o resultado encontrado com o resultado de Sarmento (2008), foi elaborado o quadro comparativo associando as variáveis a cada fator identificado, conforme a Tabela 19.

Das 9 variáveis que compuseram os 2 fatores, da pesquisa de Sarmento (2008, também estão presentes nesta nova pesquisa à saber os 5, no entanto elas hoje estão correlacionadas de forma um pouco diferenciada.

Tabela 19 – Resumo comparativo dos fatores: Pesquisa de Sarmento (2008) *vs.* esta pesquisa:

(continua)

Fator 1				
Sarmento (2008)			Esta Pesquisa (2013)	
Conformidade			**Regulação**	
1	**V13****	A empresa precisa exigir permanentemente o cumprimento do CE por todos os níveis de empregados	**V6**	Os empregados devem assinar atestando formalmente que tomaram conhecimento do CE
2	**V10**	Todo empregado deve ser obrigado a comunicar à empresa qualquer violação ao CE	**V8***	A empresa deve realizar permanentes atividades de divulgação do CE
3	**V16**	A empresa deve realizar auditorias para verificar se as disposições do CE estão sendo cumpridas	**V9**	Os gerentes devem servir de exemplos perante os empregados, no cumprimento do CE
4	**V9**	Os gerentes devem servir de exemplos perante os empregados, no cumprimento	**V15***	É necessária a existência de um órgão na empresa para decidir sobre assuntos

		do CE		relativos ao Código de Ética
5	**V7****	O treinamento desenvolvido pela empresa sobre o CE é essencial		-
6	**V12**	Deve existir punição para os empregados que descumprirem o CE		-
7	**V6**	Os empregados devem assinar atestando formalmente que tomaram conhecimento do CE		-

Fator 2				
Envolvimento			**Fiscalização**	
1	**V5****	Os empregados devem participar da elaboração do CE	**V10**	Todo empregado deve ser obrigado a comunicar à empresa qualquer violação ao CE
2	**V11****	A empresa deve divulgar as violações ao CE e as consequentes medidas adotadas	**V12**	Deve existir punição para os empregados que descumprirem o CE
3		-	**V14***	Os empregados devem ter à disposição uma linha telefônica anônima, para assuntos relativos ao CE
4		-	**V16**	A empresa deve realizar auditorias para verificar se as disposições do CE estão sendo cumpridas

Fonte: elaborado pelo pesquisador.

* estas variáveis não sobreviveram na análise fatorial de Sarmento (2008).

** estas variáveis eram relevantes nos dois fatores encontrados em Sarmento (2008), mas não sobreviveram na análise fatorial desta pesquisa.

Ao analisar os conceitos compreendidos nas variáveis que compõem o primeiro fator identificado nesta pesquisa, conclui-se que são as variáveis associadas à validação, assimilação, praticabilidade e estruturação de Comitês de Ética, uma vez que os fatores refletiram que os empregados devem assinar atestando formalmente que tomaram conhecimento do CE, a empresa deve realizar permanentes atividades de divulgação do CE e os gerentes devem servir de exemplos perante os empregados no cumprimento do CE, além disso, é necessária a existência de um órgão na empresa para decidir sobre assuntos relativos ao CE.

Observa-se que todas são ações associadas à normatização e formalização, uma vez que a institucionalização do CE passa pela escolha das diretrizes moralmente necessárias e que servem para nortear o que realmente deve ser feito, como enfatizado em Sarmento (2008) e Gschwendtner (2012).

Dessa análise resulta a opção em atribuir ao primeiro fator encontrado, a definição de – ***Regulação*** – assim como descreve Fleury (2010), referindo-se ao CE que tem a função de ser um instrumento aplicado no estabelecimento de diretrizes sobre como se comportar, associando-se à criação e manutenção de normas e valores firmados e comunicados. Fatos esses reforçados quando a pesquisa apresenta as novas variáveis Assimilação e Comitês de Ética também compondo este mesmo fator.

Para o segundo fator identificado, conclui-se que são as variáveis associadas à Obrigatoriedade de delação, Punições, Comunicação de desvios éticos e Auditoria, uma vez que os fatores refletiram que todo empregado deve ser obrigado a comunicar à empresa qualquer violação ao CE, que deve existir punição para os empregados que descumprirem o CE, que os empregados devem ter à disposição uma linha telefônica anônima, para assuntos relativos ao CE e que a empresa deve realizar auditorias para verificar se as disposições do CE estão sendo cumpridas.

Dessa análise resulta a opção em atribuir ao fator a definição de – ***Fiscalização*** – pois se observa que todas são ações voltadas para acompanhamento e sanções, em linha com o que recomenda Mintzberg (2010), já que deve existir legitimização do comportamento porque planos racionais são concebidos para impor estabilidade aos seus usuários.

Os resultados da análise fatorial, tão diferentes dos de Sarmento (2008), podem ser indícios de que a experiência já mais longa em Códigos de Ética resulta hoje em uma percepção diferenciada quanto à importância de cada variável.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Este trabalhou buscou identificar fatores que facilitam a internalização dos Códigos de Ética, segundo a percepção de funcionários de empresas do estado do Rio de Janeiro. Usando como referencial teórico o trabalho de Sarmento (2008), amparado por sua vez em Arruda (2002) e Schwartz (2004), buscou-se identificar se houve evolução na forma como tais fatores são percebidos pelos entrevistados. Nesta pesquisa, foram entrevistados 70 representantes de empresas médias e grandes.

Foi identificado que a liderança pelo exemplo está entre os principais fatores, já que 94% da amostra *concordam totalmente* que todos os níveis hierárquicos devem cumprir o CE, assim como 93% da amostra *concordam totalmente* que os gerentes devem servir de exemplo perante os empregados.

Por outro lado, 56% da amostra *discordam totalmente ou parcialmente* da necessidade de participação dos empregados na elaboração do CE. Podem ser vários os motivos para este resultado, a começar por funcionários entenderem que o CE é algo tão importante que não pode correr o risco de ser atenuado ou descaracterizado a não ser pela democratização de sua discussão. Observando-se que somente 34% dos respondentes tiveram a percepção de que os CEs podem trazer resultados econômicos para a empresa – e que os funcionários são usualmente avaliados justamente com base no desempenho econômico –, é possível que o resultado obtido nesta variável "participação na elaboração" reflita apenas que eles não gostariam de ter parte de seu tempo absorvido por mais essa tarefa.

Quanto à divulgação da reação da empresa a eventuais violações do CE, 26% dos respondentes *discordam totalmente.* Embora nenhum respondente tenha discordado totalmente de mecanismos de denúncia anônima de quebras do código, a divulgação da punição parece ser considerada uma medida exagerada e pode, ainda, refletir a cultura nacional, avessa a conflitos.

Não houve contribuições espontâneas indicando outros atributos – que não os 16 já elencados no questionário – como importantes para a internalização do CE. De qualquer

forma, esse resultado pode ser um indício de que a lista de atributos já é suficientemente completa ou, ainda, exaustiva para responder.

Não foram encontradas evidências estatisticamente relevantes de que grupos diferenciados – quanto ao gênero, idade, tempo de trabalho, escolaridade e experiência em outras empresas que tinham CEs – tenham percepções diversas sobre os 16 fatores identificados no referencial teórico e testados nesta pesquisa.

Diferentemente de Sarmento (2008) os resultados desta pesquisa mostram algumas correlações baixas e algumas negativas, sinalizando mudanças nas percepções sobre as variáveis propostas por Schwartz (2004) e Arruda (2002), e analisadas por Sarmento (2008), uma vez que a adesão formal ao CE, a comunicação e punição de desvios do CE e a existência de um Comitê de Ética parecem ser hoje consideradas mais importantes do que na pesquisa de Sarmento (2008). As diferenças nas percepções identificadas entre as pesquisas podem estar associadas ao que Moreira (2002) aborda e está citado no referencial teórico, ou seja, interpretações das partes envolvidas com o CE são evolutivas com o passar do tempo.

Há indícios de que houve mudança também na percepção dos usuários dos CEs, comparando os resultados obtidos com os de Sarmento (2008), sobre a necessidade de Comitê de Auditoria, pode estar ocorrendo maior unanimidade quanto à exigência de cumprimento do CE por parte de todos os níveis hierárquicos.

Apesar da análise fatorial apresentar variáveis comuns a um mesmo grupo de fatores nas pesquisas de Sarmento (2008) e nesta pesquisa, a interpretação dos grupos não refletem semelhança. Em 2008, Sarmento considerou o fator ***Conformidade***, representado por variáveis voltadas para exigir e cobrar responsabilidades de todos os seus funcionários em relação ao cumprimento do CE. Sarmento também identificou o fator ***Envolvimento***, reflexo das ações da empresa voltadas para o aumento da participação dos empregados no programa de ética, dando oportunidade de contribuírem na concepção do código.

Esta pesquisa, por outro lado, revela a existência do fator ***Regulação,*** fator este voltado para variáveis associadas à validação, uma vez que funcionários devem formalizar a tomada de conhecimento do CE e sua assimilação, e a empresa deve realizar permanentes atividades de divulgação do CE. Esse fator também incorpora a exigência de que todos cumpram o

código e a necessidade de estruturar Comitês de Ética que formalizem o seu processo de gestão. O segundo fator identificado nesta pesquisa, ***Fiscalização***, tem viés de monitoria via mecanismos de denúncia e sanções punitivas ao descumprimento do CE.

Identifica-se diferença entre as características dos dois fatores da pesquisa de Sarmento (2008) e os dois desta pesquisa, pois variáveis como treinamento, divulgação das medidas punitivas, exigibilidade de cumprimento por todos os níveis e participação dos funcionários na concepção do CE eram relevantes nos dois fatores encontrados em Sarmento (2008), mas são hoje interpretados independentemente, segundo a análise fatorial desta pesquisa. Por outro lado, as variáveis assimilação, comunicação e Comitês de Auditoria foram consideradas nos fatores desta pesquisa, porém não estavam nos fatores identificados por Sarmento (2008).

Destaca-se que os resultados identificados na tabela de frequência estão alinhados com a percepção profissional do pesquisador, por ter sido responsável pela implementação e gestão de CEs na empresa PSA – Peugeot Citroen no perímetro América Latina durante o período de 2008 a 2011 (PSA 2008). Atualmente exerce atividade de consultoria associada à implementação de CEs em organizações.

Ressalta-se que os resultados obtidos referem-se às empresas pesquisadas e à amostra de respondentes associada, podendo não ser representativos da realidade nacional sobre o tema. Além disso, pode haver influência da cultura local e do porte das empresas que impeçam extrapolações dos resultados para outros contextos.

Pesquisas complementares, realizadas com base em amostras probabilísticas, envolvendo empresas de todos os portes e distintos setores, com localização diversa e abrangendo respondentes de outras categorias, especialmente com uma amostra mais equilibrada nos quesitos gênero e escolaridade, poderão permitir maior generalização dos resultados para o conjunto das empresas brasileiras e permitir melhor análise de diferenças de percepção conforme o tipo de respondente.

Em trabalhos futuros, entrevistas em profundidade poderiam investigar os atributos que tiveram resultados inesperados ou contraditórios nesta pesquisa, tais como as razões para a baixa concordância com a participação dos empregados na elaboração do CE, dado com o

qual apenas 21% da amostra concordam totalmente. Ainda quanto a esse fator, 56% da amostra *discordam totalmente ou parcialmente* da necessidade.

Outro ponto a investigar em trabalhos futuros, por meio de entrevistas em profundidade, refere-se à divulgação da reação da empresa a eventuais violações do CE, medida com a qual 26% dos respondentes *discordam totalmente*. É interessante observar que, embora nenhum respondente tenha discordado totalmente de mecanismos de denúncia anônima de quebras do código, 26% julgam que a reação da empresa a violações não deveria ser divulgada podendo representar o que, segundo Dejour (2010), é uma forma de pensar defensiva que não ocorre sistematicamente, mas é possível nas situações em que a perda parece irremediável.

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

ARRUDA, M. C. C. **Código de Ética:** um instrumento que agrega valor**.** São Paulo: Negócio Editora, 2002.

CALDAS, M. P.; BERTERO, C. O. **Teoria das Organizações**. São Paulo: Editoria Atlas, 2007.

CANÃS-QUIRÓS, R. Ética General y Ética Profesional, **Revista Acta Académica, Universidad Autónoma de Centro América,** nº23, [s.n], 1988.

CHERMAN A; TOMEI P.A. Códigos de ética corporativa e a tomada de decisão ética: instrumentos de gestão e orientação de valores organizacionais? Revista de Administração contemporânea (RAC), Curitiba, v.9,n.3,p.99-120,jul/ago/set 2005

COLLARES, C. F. **Análise Fatorial**. [versão eletrônica]. Disponível em <carloscollares.blogspot.com.br/2011/01.www.maastrichtuniversity.nl/web>. Acessado em 28 de maio de 2013.

COLLINS, J; HUSSEY R. **Pesquisa em Administração:** um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2. ed. Tradução de L. Simonini. Porto Alegre: Editora Bookman, 2005.

CORONEL, D.A. *et al*. Ethics and Sustainable Development. [Versão eletrônica]. **RGSA – Revista de Gestão Social e Ambiental** Jan. - Abr. 2010, V.4, Nº.1, p. 228-241. 2010.

DEJOUR, C. **A Banalização da Injustiça Social**, 7.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

DiMAGGIO, P. J; POWELL, W. W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizations Fields. **American Sociological Review** v. 48, n.2, p.147-160, 1983.

ETHOS - Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. **Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas**. São Paulo, 2000. Disponível em: <http://www.ethos.org.br>. Acesso em: 22 abr. 2012.

FLEURY, M. T. L. **Cultura e Poder nas Organizações**, 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

GSCHWENDTNER, L. **Deontologia Jurídica:** Ética e legislação. Disponível em www.oab-sc.org.br/documentos/ted/artigos/deontologia.doc. Acessado em 23 maio 2012.

HAIR, J.J. *et al*. **Multivariate Data Analysis.** 7. ed. New Jersey: Editora Pearson Prentice Hall, 2010.

HELOANI, R. **Gestão e Organização do Capitalismo Globalizado.** São Paulo: Editora Atlas, 2003.

HELOANI, R. **Assedio Moral- Um Ensaio Sobre a Expropriação da Dignidade no Trabalho.** RAE-eletrônica, v. 3, n. 1, Art. 10, jan./jun. 2004

IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – **Código Melhores Praticas.** Disponível em <http://www.ibgc.org.br/CodigoMelhoresPraticas.aspx>. Acesso em 20 mar 2012.

LEWIS, M.; GRIMES, A. J. Metatriangulation**:** building theory from multiple paradigms. **Academy of Management Review** .v.24, n.4 p. 672-690, 1999.

MAC CLAVE, J.T.; BENSON, P.G.; SINCICH, T. **Statistics for Business and Economics**. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2004.

MALHOTRA,. N. K. **Marketing Research** - an applied orientation. [Versão eletrônica]. 5. ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, USA. ISBN N 0-13-227917-7, 2007.

MARQUES, A. F. Aplicação da Análise Multivariada na Infraestrutura e no Desempenho das Escolas Públicas do Ensino Fundamental e Médio Pertencentes ao Núcleo Regional de Educação de Paranavaí. DOI: 10.4025.v32i1.1188. **Acta Scientiarum**. Technology Maringá, v. 32, n. 1, p. 75-81, 2010.

MELLO, K. D. Debate sobre ética. In: **Jornal O Globo** - Caderno Boa Chance. 24 Jun. 2012.

MEMMI, A. **Retrato do colonizado precedido de retrato do colonizador.** Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2007.

MEREDITH, G. *et al*. **Managing by defining moments: innovative strategies for motivating 5 very different generational cohorts –** Postwar, Leading-Edge Baby Boomer, Trailing-Edge Baby Boomer, Generation X, and N Generation. [s.n.]. New York, 2002.

MINTZBERG, H. **Safari de Estratégia.** 2. ed. São Paulo: Editora Bookman, 2010.

MOREIRA, L.F. A Respeito de Ética e Finanças. **RAE-eletrônica**, Volume 1, Número 2, jul-dez/2002.

PAGÈS, M. **O poder das organizações**. São Paulo: Editora Atlas, 1987.

PSA – PEUGEOT CITROEN – **Código de Ética**. Disponível em <www.canalconfidencial.com.br/psa>. Acessado em 10 maio 2012.

QUEIROZ M. Debate sobre ética. In: **Jornal O Globo** - Caderno Boa Chance. 24 Jun. 2012.

ROSS W. D. **Nichomachean. Ethics**. Tradução em 1908: Aristotle v.II. [s.n.] [versão eletrônica]. Disponível em < http://classics.mit.edu/Aristotle/nicomachaen.1.i.html>. Acessado em 03 jan. 2013.

ROSSETTI, J. P. **Governança Corporativa –** Fundamentos, desenvolvimento e tendências. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora Atlas, 2012.

SARMENTO, A. C. C. Código de Ética Empresarial**:** Uma Análise de Fatores que Influenciam sua Efetividade. [Dissertação de Mestrado] In: **XXXII Enanpad**, Rio de Janeiro, vol. 1, p. 2. 2008. Disponível em <http://portal.estacio.br/media/215857/resumo-antonio-carlos-capeletti-sarmento.pdf>. Acessado em 20 mar. 2012.

SCHWARTZ, M. S. Effective corporate codes of ethics**:** perceptions of code users. Journal of Business Ethics, Kluwer [versão eletrônica]. **Academic Publishers**, v. 55, issue4, pp. 323-343. Dec. 2004. Disponível em <http://philpapers.org/rec/SCHECC>. Acessado em 25 mar. 2012.

SOX, PUBLIC LAW 107–204th Congress, (July, 2002), **To protect investors by improving the accuracy and reliability of corporate disclosures made pursuant to the securities laws, and for other purposes:** Legislative History—H.R. 3763 (S. 2673). [versão eletrônica]. Disponível em <http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/PLAW-107publ204/pdf/PLAW-107publ204.pdf >. Acessado em 17 abr. 2013.

TAVARES, M. C., BELLUZO, L. G. **A mundialização do Capital e a Expansão do Poder americano.** [versão eletrônica]. 2. ed. São Paulo: Editora Vozes, 2005.

TANNEMBAUM, A. **Control in organizations –** individual adjustment and organizations performance. New York: Editora McGraw-Hill, 1968.

THIOLLENT, M. **Metodologia da Pesquisa – ação.** 18. ed. Rio de Janeiro: Editora Cortez, 2009.

VIEIRA, R. S. G. Ético: ser ou não ser? Seria esta uma questão? **Anais do 30º Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração**. Salvador: ANPAD, 2006.

WEBER, J. **Institutionalizing Ethics into Business Organizations: A Model and Research Agenda**.Business Ethics Quarterly.Virginia, v. 3, n. 4, p. 419-435, oct. 1993.

ZYLBERSZTAJN, D. Organização ética: um ensaio sobre o comportamento e estrutura das organizações. **Revista de Administração Contemporânea**. v. 6, n. 2, p. 123-143, 2002.

.

APÊNDICE

1 - Questionário Utilizado na Pesquisa

INSTRUÇÕES:

Caro (a) senhor (a), este trabalho faz parte de uma pesquisa de Mestrado Acadêmico em Administração pela Universidade Unigranrio.

O preenchimento representa sua contribuição a trabalho científico que realizo, para identificar quais são os fatores atualmente percebidos pelos funcionários de empresas brasileiras como necessários para tornar efetiva a implementação e aplicação do Código de Ética – CE, facilitando sua aceitação e sua prática. Solicito que assinale com um "X" a alternativa que melhor representa sua opinião considerando as seguintes condições:

(1) discordo totalmente, (2) discordo parcialmente, (3) nem concordo nem discordo, (4) concordo parcialmente e (5) concordo totalmente.

É muito importante que todas as perguntas sejam respondidas.

No final existem ainda perguntas associadas a questões de caracterização da amostra, as quais deverão ser respondidas, também.

Há, ainda, uma pergunta aberta (espaço destinado às suas observações ou comentários), se quiser responder algo adicional que não foi contemplado nos itens anteriores.

Caso se sinta mais confortável, não é necessário identificar-se.

Muito Obrigado!

01- As regras de comportamento estabelecidas pelo Código de Ética devem ser acompanhadas de explicações justificadas?	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
02- É necessário que o Código de Ética apresente exemplos práticos de aplicação das regras de conduta estabelecidas?					
03- O Código de Ética deve citar/enfatizar os comportamentos proibidos na organização?					
04- O Código de Ética deve ser conciso e focado?					
05- É necessária a participação dos empregados na elaboração do Código de Ética?					
06- Os funcionários devem assinar atestado formal de que tomaram ciência do Código de Ética em vigor?					
07- É necessário treinamento institucional sobre a importância do Código de Ética?					
08- A empresa deve realizar permanentemente atividades de divulgação interna sobre as regras do Código de Ética?					
09- Os gestores/gerentes devem servir de exemplo diante dos funcionários quanto ao cumprimento do Código de Ética?					
10- Todo funcionário deve ser obrigado a comunicar à empresa qualquer violação ao Código de Ética por parte de outrem?					
11- A empresa deve divulgar internamente as					

violações ocorridas ao Código de Ética?					
12- Deve existir punição rigorosa para funcionários que descumprirem o Código de Ética estabelecido?					
13- É fator de sucesso a empresa exigir permanentemente cumprimento do Código de Ética, por todos os níveis organizacionais?					
14- Os funcionários devem ter à disposição uma linha telefônica anônima, para delação de assuntos relativos ao Código de Ética?					
15- É necessária a existência de um órgão corporativo para interpretar, tratar e decidir sobre questões relativas ao Código de Ética?					
16- A empresa deve realizar auditorias periódicas para verificar se as disposições do Código de Ética estão sendo cumpridas?					
17 - O código de ética deve abordar questões ligadas ao desenvolvimento sustentável da empresa na sociedade com a qual ela está envolvida?					

Caracterização **Marque um X na opção escolhida**	**SIM**	**NÃO**
18- Idade: Possuo mais de 30 anos de idade?		
19- Escolaridade:Tenho nível superior		

completo?		
20 – Tempo de empresa: Possuo mais de 5 anos de empresa?		
21 - Conhecimento: Tenho histórico de passagens por empresas que possuíam CE?		

Existem outras observações inerentes ao tema que porventura não foram abordadas e que gostaria que fossem? Registre a seguir.

Se tiver interesse em receber a conclusão da pesquisa, favor informar o seu *e-mail*.