

Éticas nas Organizações

Conceito de Organização

- É uma combinação de esforços individuais para alcançar um objetivo em comum.
- É o uso de ideias, pessoas, idéologias e recursos para se chegar a um objetivo. Não toda organização é uma empresa.
- Toda organização possui uma filosofia que orienta a direção a ser seguida, baseada em sua missão (ajud social), Micropolítica e micro estrutura social.

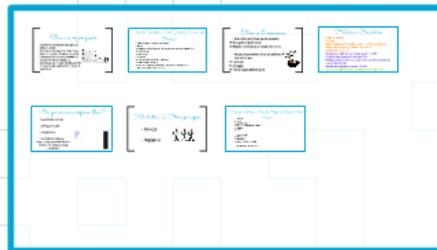
Ética como competitividade nas empresas

- O papel da ética nas empresas,
- Ética e lucro,
- Fidelidade com o cliente,
 - Ética empresarial
- Tarefas demonstrativas.





Éticas nas Organizações



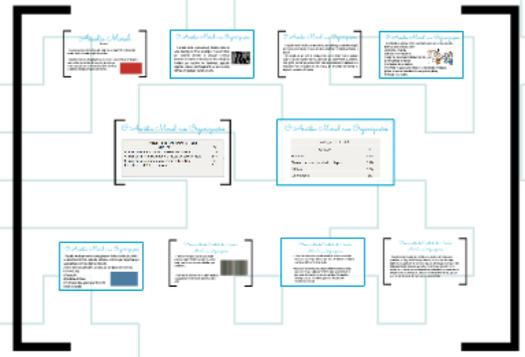
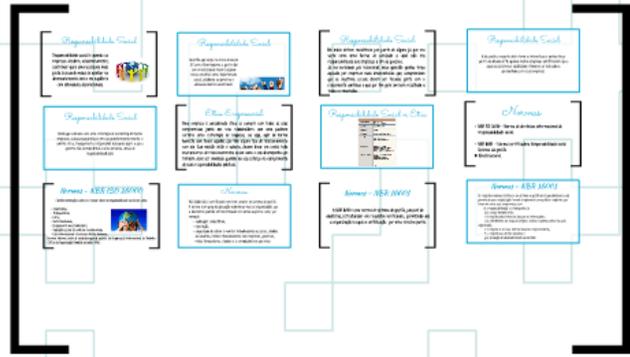
Conceito de Organização

- É uma combinação de esforços individuais para de alcançar um objetivo em comum.
- É a união de ideias, pessoas, ideologias e recursos para se chegar a um objetivo. Nem toda organização é uma empresa.
- Toda organização empresa possui uma filosofia que orienta adireção a ser seguida, baseada em sua missão (papel social). Micropolítica e micro estrutura social.



Ética como competitividade nas empresas

- O porquê da ética nas empresas,
- Ética x Lucro,
- Relação com o cliente,
 - * Erro ético empresarial
- Teste demonstrativo.



Conceito de Organização

- É uma combinação de esforços individuais para alcançar um objetivo em comum.
- É a união de ideias, pessoas, ideologias e recursos para se chegar a um objetivo. Nem toda organização é uma empresa.
- Toda organização empresa possui uma filosofia que orienta a direção a ser seguida, baseada em sua missão (papel social). Micropolítica e micro estrutura social.

Ética e as organizações

- Ética individual praticada por todos aqueles que compõem a empresa.
- Ética organizacional baseada no modelo em que a empresa entende estar alinhado aos seus valores.
- Diversos perfis éticos (em casa, no trabalho, com amigos, no trânsito, na sociedade, etc).
- Ética colocada em prática por indivíduos, portanto não se pode separar completamente o individual do organizacional.



Período Fordista e Pós Fordista (Fernando Tenório)

- Também chamados de Moderno e Pós Moderno.
- Moderno:
 - * Começo do século XX marcado pela hegemonia americana até a década de 70;
 - * Tecnocêntrico;
 - * Padronização.
- Pós Moderno:
 - * Heterogeneidade (valorizar as diferenças);
 - * Não há verdades absolutas;
 - * Gerentes e gerenciados são atuantes no processo de decisão (Gestão Participativa, Auto-Gestão, Co-Gestão).

Ética vs Economia

- Eram vistos como temas que não combinam.
 - * Ética poderia impedir lucros;
 - * Ninguém se preocupava de verdade com a ética.
-
- Mudança de pensamento devido aos problemas recorrentes como:
 - * Exploração;
 - * Corrupção;
 - * Falta de Responsabilidade Social.



Histórico Brasileiro

- Colônia de Exploração
- Escravidão
- República Independente (transição): Já existia a ESAN Escola Superior de Administração de Negócios que ensinava ética desde 1941
- Ditadura Militar (Incerteza)
- Vinda de várias multinacionais (final dos anos 80 início 90)
- Criação do Código de Defesa do Consumidor (1990)
- 1992 MEC Sugeriu que fosse incluso o ensino de Ética na grade curricular dos cursos de Administração
- Aumento da participação das mulheres (90-2000)
- Igualdade / Equidade de gênero, cor, orientação sexual e classe social.

Por que ser uma empresa ética?

- Sobrevivência no mercado
- Cobrança da sociedade
- Competitividade
- Valorização do ser humano:
Propósito maior, pois sem eles não existe consumo e nem mesmo as próprias organizações.



Falta de ética: 2 Fatores principais.

- Alienação
- Negligência



Ética da Convicção e Ética da Responsabilidade (Max Weber)

- Convicção
 - * Imposta;
 - * Cumprir obrigações;
 - * Valores e normas previamente estabelecidos;
 - * Maniqueísta;
 - * Alienação.
- Responsabilidade
 - * Análise situacional;
 - * Conhecimento;
 - * Responsabilidade no modo de agir;
- Agir Obediente vs Agir Responsável.

Responsabilidade Social

Responsabilidade social é quando as empresas decidem, voluntariamente, contribuir para uma sociedade mais justa buscando meios de auxiliar no desenvolvimento desta em equilíbrio com atividades desenvolvidas.



Responsabilidade Social

Questão que surgiu no início do século XX com o filantropismo, a partir daí com a necessidade foram surgindo novos conceitos como: Voluntariado social, cidadania corporativa e desenvolvimento sustentável.



Responsabilidade Social

No início obtive resistência por parte de alguns já que era vista como uma forma de caridade a qual não era responsabilidade das empresas e sim do governo.

Já na sociedade pós industrial, essa questão ganha força apoiada por empresas mais desenvolvidas que, compreendem que os objetivos sociais devem ser focados junto com o crescimento contínuo e que por fim gera um bom resultado a todos os envolvidos.

Responsabilidade Social

A discussão a respeito deste tema se intensificou e ganhou força partir da década de 90, quando muitas empresas identificaram que o apoio social oferece visibilidade e favorece os indicadores apresentados por essas empresas.

Responsabilidade Social

Ainda que adotada como uma estratégia de marketing de muitas empresas, se busca na prática e em sua grande maioria manter o caráter ético, transparente e responsável buscando suprir o que o governo não atende devido a alta demanda, ainda de responsabilidade dele.

Ética Empresarial

Uma empresa é considerada ética se cumprir com todos os seus compromissos junto aos seus stakeholders com uma postura correta como estratégia de negócios, ou seja, agir de forma honesta com todos aqueles que têm algum tipo de relacionamento com ela. Sua missão visão e valores, devem levar em conta todo esse universo de relacionamentos assim como o seu desempenho que também deve ser avaliado quanto ao seu esforço no cumprimento de suas responsabilidades públicas.

Responsabilidade Social vs Ética

INDICADORES	MEDIDAS
1. Sistemas formais	Regras e manuais? Sistemas de controle?
2. Mensuração	Sistemas de avaliação?
3. Liderança	Políticas escritas e mensagens?
4. Negociação	Acordos?
5. Expectativas	Sistemas de seleção, promoção e correção?
6. Consistência	Palavras e ações da organização?
7. Chaves para o sucesso	Lançamento de produto? Auxílio a um mentor? Experiência em posições-chave?
8. Serviço ao cliente	Contato com clientes? Manifestações de cortesia? Treinamentos?
9. Comunicação	Comunicação de regras? Informação, orientação e reforço? Esclarecimento de dúvidas? Rapidez, precisão e punição em relação ao cumprimento das normas?
10. Influência dos pares	Sistema informal de comunicação e educação? Apoio dado aos colegas? Apoio recebido dos colegas?
11. Consciência ética	Relações pessoais? Assédio sexual? Uso dos ativos da empresa? Pagamentos facilitadores?

Normas

- NBR ISO 26000 - Norma de diretrizes internacional de responsabilidade social.
- NBR 16001 - Norma certificadora Responsabilidade social Sistema da gestão.
 - * Nível nacional.

Normas – NBR ISO 26000

Contém orientações sobre sete temas-chave da responsabilidade social, tais como:

- Governança;
- Transparência;
- Ética;
- Sustentabilidade;
- Engajamento dos stakeholders;
- Operações justas de comércio e voluntariado;
- Leis internacionais e locais aos direitos humanos;



Normas internacionais de conduta seguindo padrões da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e da Organização Mundial da Saúde (OMS).

Normas

ISO 26000 não é certificável nem tem caráter de sistema de gestão. A norma é um guia de aplicação voluntária, mas as organizações que a adotarem poderão ser beneficiadas em vários aspectos como, por exemplo:

- vantagem competitiva;
- reputação;
- capacidade de atrair e manter trabalhadores ou sócios, clientes ou usuários, melhor relacionamento com empresas, governos, mídia, fornecedores, clientes e a comunidade em que atua.

Normas – NBR 16001

A NBR 16001 é uma norma de sistema de gestão, passível de auditoria, estruturada em requisitos verificáveis, permitindo que a organização busque a certificação por uma terceira parte.

Normas – NBR 16001

Os requisitos mínimos relativos a um sistema de gestão de responsabilidade social, permitindo que a organização formule e implemente uma política e objetivos que levem em conta seus compromissos com:

- a) a responsabilização e a transparência;
- b) o comportamento ético;
- c) o respeito pelos interesses das partes interessadas;
- d) o atendimento aos requisitos legais e outros requisitos subscritos pela organização;
- e) o respeito às normas internacionais de comportamento;
- f) o respeito aos direitos humanos e
- g) a promoção do desenvolvimento sustentável.

Ser ético é ser sustentável



Foco e preocupação com o bem comum:

compromisso com resultados positivos e benéficos que não comprometam a vida na atualidade e no futuro.



The global 100 index

- 1o Lugar: BMW; ✓
- Montadora mais sustentável do mundo com pontuação de 80,10%; ✓
- Redução da emissão de CO2 em 40% dos carros novos vendidos na Europa; ✓
- Lançamento de carros elétricos e híbridos; ✓
- Compra de 58% de energia renovável; ✓
- Utilização de caminhão elétrico para entrega de material em vias públicas. ✓



Carrefour – Conduta sustentável

- Gestão de Resíduos: Aumento em 50% dos materiais reciclados nas lojas;
- Estações de coleta para: pilhas e baterias, medicamentos, cartuchos, celulares antigos, óleo de cozinha;
- Eficiência Energética: Redução de até 45% do consumo de energia substituindo lâmpadas comuns pelas de LED;
- Uso Racional da Água;
- Logística Inteligente: 450 mil km reduzidos de deslocamento para distribuição, logo, redução de 5% de viagens de caminhão.



O que acontece quando as organizações não tem foco e preocupação com o bem comum?

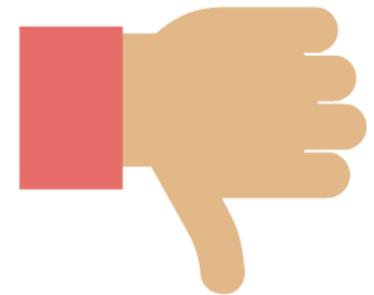
Desastre em Mariana, Minas Gerais:

- **Maior tragédia ambiental do Brasil;**
- **Rompimento de duas barragens;**
- **Rejeitos atingiram mais de 40 municípios;**
- **19 pessoas mortas;**
- **Danificação ao ecossistema – Mudança no perfil do solo, impacto nos recursos hídricos, na fauna;**
- **Mudança na vida de milhares de pessoas.**



Empresas que apresentaram conduta duvidosa em relação à ética no cenário brasileiro

- **Caso Mariana:** Samarco, Vale, BHP Billiton e VogBR.
- **Lava-jato:** Petrobras, BR Distribuidora, Transpetro, Eletrobras Eletronuclear, Odebrecht, OAS, entre outras.
- **Operação Carne Fraca:** JBS, BRF, Seara, Madero, Peccin...



Humanização, Lucratividade e Indicadores Éticos nas organizações

- Conceito de ética, motivos que tornam a ética tão valorizada nos dias atuais, ética como um diferencial para o negócio;
- Humanização, globalização, estratégias de negócios no cenário da época, ser humano como foco e papel do RH;
- Lucros, razão de existência das empresas, como obter lucros de forma ética;
- Indicadores de eticidade.



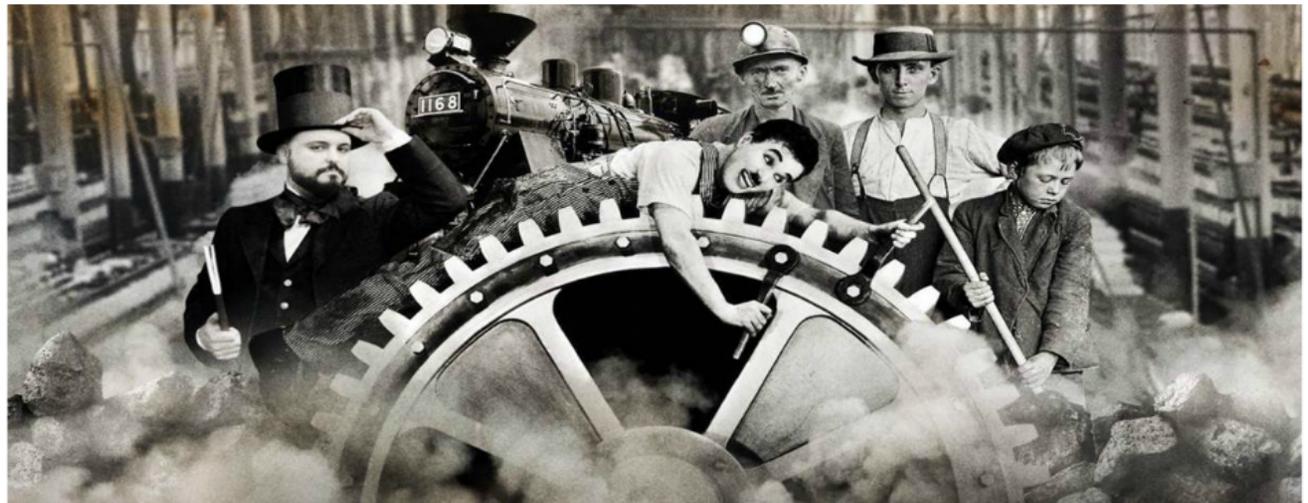
Motivos da Ética ser protagonista nos negócios

- Ética é um conjunto de princípios e valores que guiam a relação humana;
- Ética na empresa traz competitividade e credibilidade;
- Cenário social: Crise ética e moral.



Humanização e Ética

- Revolução Industrial, Taylor;
- Globalização e consumismo;
- Competitividade e crise financeira;
- Automação.



Humanização e Ética

- Racionalização da produção;
- Necessidade de mudança de cenário;
- Foco no ser humano;
- Papel dos Recursos Humanos.



Humanização e Ética

“Se não tratarmos os Recursos Humanos como humanos, nem recursos eles serão”

Dr. José Ennes Rodrigues



Lucratividade e Ética

- Qual é o motivo das empresas existirem?;
- Facilitadores de lucratividade;
- Perfil pró ativo.



Lucratividade e Ética

- **Qualidade;**
- **Tecnologia e Fornecedores;**
- **Leis, normas, impostos;**
- **Desperdício e retrabalho;**
- **Foco no cliente.**



Indicadores Éticos

- Sistemas Formais;
- Mensuração;
- Liderança;
- Negociação;
- Expectativa.



Indicadores Éticos

- Consistência;
- Chaves para o Sucesso;
- Serviço ao cliente;
- Comunicação;
- Influência dos pares.



Ética como competitividade nas empresas

- O porquê da ética nas empresas;
- Ética x Lucro;
- Relação com o cliente;
* Erro ético empresarial
- Teste demonstrativo.



Assédio Moral

Histórico

O assédio moral nas organizações não é algo novo, os maus tratos e humilhações existem desde o início das relações trabalhistas.

Nas últimas décadas vêm ganhando novas formas e características, em função do novo modelo organizacional das empresas, que acaba por induzir a pressão sobre os colaboradores diante das metas e objetivos estratégicos traçados pela empresa.



O Assédio Moral nas Organizações

O assédio moral organizacional, também conhecido como mobbing ou terror psicológico, é caracterizado por condutas abusivas de qualquer natureza exercidas de maneira sistemática em uma relação de trabalho que resultem em humilhação, exposição negativa, ofensa, constrangimento de uma ou mais vítimas sem qualquer motivo concreto.



O Assédio Moral nas Organizações

O assédio moral interfere na autoestima, autoconfiança e autodeterminação da vítima, como também, em suas decisões e iniciativas no âmbito profissional e pessoal.

Por assédio em um local de trabalho temos que entender toda e qualquer conduta abusiva manifestando-se, sobretudo por comportamentos, palavras, atos, gestos, escritos que possam trazer dano à personalidade, à dignidade ou à integridade física ou psíquica de uma pessoa, pôr em perigo seu emprego ou degradar o ambiente de trabalho.

O Assédio Moral nas Organizações

As condutas do agressor contra o assediado podem ser as mais variadas, dentre as mais praticadas estão:

- a) Dificultar o trabalho;
- b) Atribuir erros imaginários;
- c) Exigir sem necessidade trabalhos urgentes;
- d) Sobrecarregar de tarefas;
- e) Estabelecer metas abusivas;
- f) Restringir as pausas para refeição e/ou necessidades fisiológicas;
- g) Fazer críticas ou brincadeiras de mau gosto em público;
- h) Ameaçar e/ou insultar;



O Assédio Moral nas Organizações

Atitudes que configuram o assédio

ATITUDES	%
Atitudes que deterioram as condições de trabalho	53%
Atitudes que geram isolamento e recusa de comunicação	58%
Atitudes que geram atentados contra a dignidade	56%
Violencia verbal, física ou sexual	31%

O Assédio Moral nas Organizações

A Origem do Assédio	
ORIGEM	%
Hierarquia	58%
Diversas pessoas (incluindo colegas)	29%
Colegas	12%
Subordinado	1%

O Assédio Moral nas Organizações

O assédio moral gera várias consequências a todos os envolvidos, direta ou indiretamente. Mas o principal afetado é a vítima que é impactada por consequências diversas. Algumas delas são:

- a) Dores diversas (como dores no corpo, dor de cabeça entre outras);
- b) Pressão alta;
- c) Depressão;
- d) Síndrome do Pânico;
- e) E em casos mais graves pode levar até mesmo ao suicídio.



Ferramentas de Controle do Assédio

Moral nas Organizações

É imprescindível que as organizações estejam preparadas para identificar a prática do assédio moral, e mais do que isso, devem trabalhar para controlá-lo ;

O ambiente de trabalho deve ser sadio e agradável, que proporcione ao colaborador autonomia e bem estar.



Ferramentas de Controle do Assédio

Moral nas Organizações

- Incentivar a denuncia do assédio através de meios de comunicação específicos: como e-mail, telefone, canal direto de denuncia na intranet da empresa entre outros meios válidos.
- Desenvolver na empresa uma cultura totalmente contra ao assédio, onde dessa forma o colaborador sinta-se seguro para expressar-se sobre casos do fenômeno sem medo de represálias. Treinamentos, Workshops e cursos informativos podem ser utilizados como ferramentas de controle.

Ferramentas de Controle do Assédio Moral nas Organizações

Área de Recursos Humanos juntamente com a diretoria estratégica deve desenvolver um código de ética íntegro e humano, com diretrizes embasadas legalmente e de acordo com os valores da empresa e de todos que façam parte dela (colaborador, cliente, fornecedor, acionista, etc.) de forma a garantir ética no exercício das atividades e no relacionamento dos colaboradores e o mesmo deve ser divulgado e estar à disposição do colaborador através da intranet e/ou qualquer outro meio de divulgação da empresa de fácil acesso a todos.

OBRIGADO!

Ana Paula Galdino
Andressa Gonçalves
Arnon Araujo
Bruno Ortiz
Camila Coelho
Carla Vasconcelo

