

A IMPORTÂNCIA PERCEBIDA DO CÓDIGO DE ÉTICA EM UMA COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DE GRANDE PORTE

THE PERCEIVED IMPORTANCE OF THE CODE OF ETHICS IN A LARGE COOPERATIVE

ALEXANDRE MARCOS BONAN¹
FERNANDO FANTONI BENCKE²
SILVIO SANTOS JUNIOR³
RENATO BREITENBACH⁴

RESUMO: Questões relacionadas à ética ganham espaço na agenda de estudos organizacionais, impactam a imagem institucional, influenciam o relacionamento com os parceiros de negócios e, conseqüentemente, o desempenho organizacional. Nesse contexto, a regulamentação dos procedimentos organizacionais e sua devida legitimidade são cada vez mais importantes. O presente artigo buscou analisar a importância percebida de um código de ética para o fortalecimento das relações internas e externas de uma cooperativa agroindustrial de grande porte. Com base em um questionário aplicado para 123 gerentes de uma cooperativa localizada na Região Oeste de Santa Catarina, e uma abordagem predominante quantitativa, o estudo demonstrou que a implementação de um código de ética pode contribuir para a tomada de decisão dos colaboradores, e que sua formalização e consciência coletiva são entendidas como fundamentais para fortalecer as relações da cooperativa com seus parceiros.

Palavras-chave: Ética. Código de Ética. Cooperativa.

ABSTRACT: Issues related to ethics gain space in the organizational studies agenda that impact the institutional image, influence the relationship with the business partners and, consequently, the organizational performance. In this context, the regulation of organizational procedures and their due legitimacy are increasingly important. The present article sought to analyze the perceived importance of a code of ethics for the strengthening of the internal and external relations of a large agroindustrial cooperative. Based on a questionnaire applied to 123 managers of a cooperative located in the Western Region of Santa Catarina, and a quantitative approach, the case study demonstrated that the implementation of a code of ethics can contribute to the decision-making of employees, and that its formalization and collective

Data de submissão: 03/07/2017 Data de aceite: 02/09/2018 Data de publicação: 18/09/2018

1 Possui graduação em Administração Empresarial pela Universidade do Oeste de Santa Catarina, Especialização em Gestão Estratégica de Pessoas, Especialização em Educação e Docência no Ensino Superior e MBA Em Gestão De Sociedade Cooperativas. Atualmente é professor titular do curso de administração de empresas da Universidade do Oeste de Santa Catarina - Unoesc Campus de Chapecó

2 Doutor em Administração pela Universidade de Caxias do Sul em associação com a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2016). Atua como docente e pesquisador do Mestrado Profissional em Administração e Doutorado em Administração da Unoesc.

3 Doutor em Agronegócios pela UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2011). Atua como Professor e Pesquisador da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc) nos cursos de Doutorado em Administração e no Mestrado Profissional em Administração.

4 Doutor em Administração pela Universidade de Caxias do Sul em associação com a Pontifícia Universidade Católica RS. Atualmente é professor titular da Universidade de Caxias do Sul e atua nas áreas de Administração e Ciências Contábeis, especialmente nas disciplinas de Contabilidade Estratégica, Contabilidade Societária, Perícia Contábil e Finanças Corporativas e Controladoria.

consciousness are understood as fundamental to strengthen the cooperative's relations with its partners.

Keywords: Ethics. Code of ethics. Cooperatives.

1 INTRODUÇÃO

Temas relacionados à ética, valores e moral têm ganhado espaço na agenda de estudos em organizações públicas, privadas e do terceiro setor. Multidisciplinar por natureza, a discussão ética nas organizações tem sido cada vez mais valorizada, primeiro pela complexidade crescente do ambiente organizacional e de seus negócios e, segundo, pela ampliação dos limites das organizações, que assume responsabilidades pelo comportamento dos seus agentes. O tema é também regido por leis e normas coletivas, consideradas importantes para orientar ações e comportamentos individuais e institucionais.

O código de ética é considerado uma ferramenta alternativa que fornece diretrizes e orientações sobre como agir em momentos de tomada de decisões, buscando reduzir os riscos de interpretações equivocadas que possam trazer constrangimentos à organização. Considerando que o comportamento ético representa um valor da sociedade moderna, e que, por outro lado, falhas podem ocorrer no comportamento dos indivíduos, das organizações e das sociedades, é possível inferir que os desvios possíveis e conhecidos do comportamento humano podem estar presentes nas organizações e na vida das pessoas. Assim, há necessidade constante de solidificação da postura ética na sociedade e no ambiente de trabalho.

Entretanto, uma organização que tenha decidido adotar um código de ética pode enfrentar problemas ao determinar as diretrizes a serem respeitadas, notadamente, se elas, de alguma forma, representam mudanças de comportamentos para seus usuários. Northon (1992) argumenta que as mudanças nas “regras do jogo” são gradativas e geralmente derivam da erosão das antigas. Assim, para adoção de um código de conduta organizacional, o primeiro passo consiste em compreender a real natureza de um código de ética e sua relação com as pessoas e a organização, e não o tratar somente como um conjunto de critérios e convenções formais, muitas vezes, de caráter exclusivamente proibitivo.

Este artigo teve como pergunta de pesquisa: qual é a importância percebida de um código de ética para o fortalecimento de relações internas e externas de uma cooperativa agroindustrial de grande porte. No entanto, o objeto geral consiste em analisar a importância percebida de um código de ética para o fortalecimento de relações internas e externas de uma cooperativa agroindustrial de grande porte, um elemento que vem se tornando vital para a organização que deseja melhorar sua imagem e fortalecer sua missão, visão e prosperar em suas atividades econômicas e sociais. Os objetivos específicos consistem em identificar os principais elementos considerados significativos para implantação de um código de ética, e analisar as contribuições da implantação de um código de ética para a cooperativa.

O artigo caracteriza-se por uma pesquisa descritiva e utilizou técnicas quantitativas para coleta e apresentação dos dados. Para o levantamento das informações tentou-se a realização de um censo, no qual o universo era composto de funcionários que ocupavam cargos gerenciais na cooperativa. A amostra resultante, obtida a partir de uma população de 165 colaboradores,

obteve um retorno de 123 questionários respondidos. Assim, num nível de confiança de 95% (2σ), o erro da pesquisa é de 4,5%.

Além da introdução, contendo a contextualização, problematização, justificativa e objetivos da pesquisa, o artigo apresenta uma discussão sobre os conceitos de ética, moral e valores, organizações e o código de ética, e a ética no sistema cooperativista. Nos procedimentos metodológicos apresenta-se a delimitação e os procedimentos da pesquisa, e que os dados foram coletados por meio de um questionário, e tratados quantitativamente por meio de estatísticas descritivas, recorrendo-se ao teste Qui-quadrado para testar as dependências entre as variáveis e/ou categorias de respostas. Na seção quatro apresentam-se os resultados do estudo e, finalizando, apresentam-se as considerações finais, que resgata os principais achados do estudo.

2 A ÉTICA, A MORAL E OS VALORES.

Há diferentes abordagens para o entendimento da palavra ética, a exemplo do eudemonismo, hedonismo, kantismo, e sua aplicação para âmbitos distintos da vida social, como o caso da ética empresarial (JESUS; SARMENTO; DUARTE, 2017).

Segundo Camargo (2014, p. 22): “a palavra ‘ética’, etimologicamente, origina-se do grego *ethos*, que significa costumes; a palavra ‘moral’ provém do latim *mores* que também significa costumes.” Segundo este autor, portanto, pode-se afirmar que as palavras “moral” e “ética” são sinônimas, podendo uma substituir integralmente a outra na sua utilização, numa perspectiva etimológica em relação à origem do termo. Contudo, constantemente confunde-se a ética com moral, confusão esta em virtude de seus significados.

A moral é expressa a partir de regras, normas, costumes e tradições de determinada sociedade. Determina o que pode e o que não pode ser feito, tem o papel de diferenciar o certo do errado, o permitido do proibido. Mas, diante dessas regras e costumes podem surgir diferentes desafios e dilemas morais. A ética, por sua vez, é a forma de traduzir o que é certo e errado em ações e condutas. Ela tem o papel de refletir a respeito dos padrões de condutas aceitas por uma sociedade, e de guiar pelo bom uso da razão o bem-estar de uma sociedade. Uma conduta ética exige reflexão, questionamento e ação em busca da melhor alternativa diante de cada situação vivenciada (NALINI, 2015).

Segundo Moreira (2002), ética pode ser compreendida como o estudo das avaliações do ser humano em relação às suas condutas ou às dos outros. Também, pode ser compreendida como o conjunto dos conceitos aplicáveis às ações humanas, que fazem delas atitudes compatíveis com concepção geral do bem e da moral.

Segundo Valls (2017), a ética é entendida como uma disciplina filosófica que busca refletir sobre os diferentes sistemas morais e compreender a fundamentação de suas normas. Exige reflexão sobre ações humanas consideradas adequadas aos costumes vigentes.

Um fator importante, quando abordada a questão da ética, está relacionado aos valores, pois estes são os elementos que oferecem orientação e formação ao ser humano na questão da sua condução ética. Embora se possa afirmar que o valor seja indefinível, ele é perceptível. Os valores correspondem à qualidade que todos conhecem: agradável, bem, mal, valente, correto, etc.; o que formam uma esfera de objetivos com conexão e relações especiais com a ética. Nesse sentido, pode-se afirmar que nenhuma sociedade pode sobreviver sem um código moral

fundado em valores, compreendidos, aceitos e respeitados pela maioria de seus membros (NALINI, 2015). Segundo Joyner e Payne (2002), valores podem ser definidos como um conjunto de crenças e princípios considerável desejável por grupos de indivíduos. É indissociável das crenças, atitudes, comportamentos da cultura da qual deriva.

A moral apresenta linhas de escolhas que podem ser feitas por meio de fatores objetivos que relacionam aos costumes, normas e a cultura, que é absorvido no meio em que se convive, e por fatores subjetivos por se tratar de fatos associados ao ônus pessoal e a liberdade. O homem atua conforme seus valores, e por isso, é um considerado ser moral, que usa para avaliar seus atos em determinados momentos, com noções de bondade e justiça. Assim, “a moral que está vinculada à liberdade, entendida como possibilidade de fazer escolhas através da convicção pessoal e de grupo conforme a consciência moral” (COTRIM, 2013, p. 233).

Aristóteles afirmou que a finalidade da ética é gerar o bem-estar coletivo. Isto é, mais importante do que o bem-estar de apenas um indivíduo é o bem-estar da coletividade (SOUZA, 2009). O bem-estar está ligado à prática, não somente do indivíduo, mas das organizações. Chauí (2018) afirma que ética é a ciência na prática. Sanches Vásquez (2013, p. 12), por sua vez, confirma que “a ética é a ciência que estuda o comportamento moral dos homens na sociedade.”

Embora haja uma confusão conceitual entre os termos ética e moral, há dois elementos presentes que são considerados essenciais para uma discussão sobre os termos, a noção de: certo e errado. Nesse sentido, os conceitos propostos e adotados neste estudo, elaborados a partir da literatura consultada, são:

- **Ética:** uma atitude, uma tomada de posição, uma reflexão crítica sobre ações de conduta humana. Uma forma de traduzir o certo e o errado em ações e condutas;
- **Moral:** conjunto de leis, costumes e regras de conduta que determinam o que é certo ou errado em uma determinada sociedade.

Nesse contexto, observando-se o cenário das sociedades e das organizações pode-se refletir que as relações éticas existentes são os pilares de sustentação e funcionamento das relações humanas, relações de negócios, relações de amizade, relações de trabalho, pautada por um conjunto de regras de comportamentos, códigos de conduta que coletividades adotam, quer sejam nação, uma categoria social, uma comunidade religiosa ou uma organização qualquer (SROUR, 2017).

2.1 Ética e profissão

As pessoas que integram as organizações possuem suas crenças e princípios, que interferem diretamente no desenvolvimento das atividades, sendo salutar e de extrema importância que sejam definidas regras claras e coesas para um convívio ético nas instituições (NASH, 2001). Para Passos (2004), essa definição torna-se importante, pois, normalmente, o mundo de uma organização é permeado por conflitos, choques de interesses individuais e, muitas vezes, os da própria instituição, de modo que a ética pode regular essas relações, colocando limites e parâmetros a serem seguidos.

Mesmo que o dilema do relativismo ético pudesse ser resolvido a partir de um padrão cultural comum, caberia perguntar como as organizações podem ser incentivadas a adotar

padrões éticos. Se o comportamento aético adiciona custos às transações, quais são as prescrições que podem ser feitas para mitigar o problema, seja na esfera privada, seja na pública? Como as sociedades e, dentro delas as organizações, podem ser induzidas a incorporar princípios éticos? Estes princípios necessitam ser trabalhados por cada organização, por cada gestor, para que a concepção da ética seja algo naturalmente praticada pelos colaboradores sem excessivo controle ou interferência da organização (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2017).

Estudos têm demonstrado que a ética pode ser considerada um bom negócio e de que há um reconhecimento crescente de que a tomada de decisão ética pode ter impacto econômico positivo no desempenho das organizações (JOYNER; PAYNE, 2002).

Conforme O'Fallon e Butterfield (2005), os estudos sobre ética empresarial se dividem em dois campos: a ética normativa, cuja base reside na filosofia moral e na teologia, e busca orientar os indivíduos de como devem se comportar; e a ética descritiva, cuja base reside na gestão de negócios e buscam descrever como indivíduos pensam e agem quando confrontado com situações éticas e que exige uma tomada de decisão.

A tomada de decisão tornou-se uma unidade crítica de análise da ética nos negócios, em especial, estudos que buscam investigar como os profissionais atuam na prática diária de suas atividades, como lidam com os dilemas morais presentes em seu cotidiano (DE GRAAF, 2018).

Para Ashley (2002), as organizações, como pontos de impacto na sociedade, têm se deparado com várias questões que podem colocar em cheque os padrões éticos adaptados ou praticados por estes. A ética empresarial ou corporativa não é assunto novo, porém vem ganhando espaço e relevância nos últimos tempos, com o crescente aumento da complexidade dos negócios. A dinâmica exige uma nova maneira de pensar e agir das organizações e de seus gestores e colaboradores, levando, em muitos casos, a serem repensados os conceitos que envolvem os aspectos éticos organizacionais. Grande parte dessa preocupação surge do conhecimento de ações antiéticas que levaram a escândalos e falências tanto organizações empresariais quanto instituições públicas.

Em resposta à crescente demanda de comportamento ético na esfera empresarial, organizações criaram programas e ações voltadas às questões éticas junto às suas atividades de negócios. A eficácia desses programas difere de uma organização para outra. Se os programas e ações que os sustentam forem eficazes, a alta gerência não somente terá de desenvolver e comunicar esses preceitos para a organização toda, como também deverá transmitir, “de cima para baixo”, por meio de atitudes afirmativas, apoio ao programa e a estas ações. Entre as ações que podem ser trabalhadas por uma organização que deseja melhorar seu comportamento ético, está a criação do seu código de ética. Tal diretriz permite que todos dentro da organização saibam do comprometimento da alta gerência com o comportamento ético. E, mais importante, que todos saibam que os dirigentes esperam dos funcionários que ajam de acordo com esse padrão (WELLS; SPINKS, 1998).

Observa-se que o clima ético predominante na instituição deve acompanhar a filosofia e os princípios definidos como básicos, principalmente, pelos participantes desta organização – acionistas, proprietários, associados, diretores e colaboradores. Isso se concretiza no código de ética, que consiste em uma declaração formal das expectativas da organização quanto à conduta e comportamento de seus gestores e demais colaboradores em todos os níveis hierárquicos. Se a consciência ética dos integrantes de uma organização, desde os altos executivos até o mais simples funcionário, é um patrimônio dessa organização, há quem

dispense a implantação do código de conduta ou ética, já que da atuação de cada um emergirá um ambiente ético. O código de ética não tem a pretensão de solucionar os dilemas éticos da organização, mas de fornecer critérios ou diretrizes para que as pessoas encontrem formas de se conduzir (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2017).

Acima de tudo, a empresa é constituída de seres humanos que buscam o bem como ideal, como fim, emanando daí a dignidade de cada pessoa. O meio para alcançar esse fim são as virtudes. Pela ética realista, que é uma ética de fins e meios, a empresa somente poderá ser ética se as pessoas que a constituírem forem pessoas virtuosas. A excelência, termo de mais fácil aceitação no mercado, não pode ser considerada pelas organizações sem o fundamento da ética empresarial. Esta, por sua vez, apóia-se no esforço dos parceiros para manter e elevar os padrões morais de comportamento da instituição, e de toda uma sociedade que sabe valorizar a excelência. Sobre tudo isso, é possível observar que uma cultura empresarial é ética por seus valores, pelas pessoas que a integram e pelos produtos e serviços oferecidos à sociedade. Assim, os valores incorporados pelos executivos, gerentes e empregados devem ser vividos dentro das atribuições de cada um, e acabam se tornando próprios das pessoas, como sua segunda natureza, onde o hábito de agir conscientemente, em conformidade com a moral e os valores da cultura organizacional, indica a retidão comportamental de cada membro da empresa (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2017).

2.2 Código de ética

O código de ética é considerado uma variável organizacional determinante para a tomada de decisão ética dos colaboradores. A existência de um código de ética pode influenciar a tomada de decisão ética (O`FALLON; BUTTERFIELD, 2005).

As empresas normalmente são regidas por leis e costumes que asseguram a ordem e seus princípios, elementos apoiados em sua linha de pensamento estratégico. Entre as ferramentas que auxiliam a realização deste trabalho, está o código de ética ou conduta, utilizado como uma forma de regular as ações de todos envolvidos e alinhar condutas aos valores morais da organização.

Estruturas tradicionais de monitoramento e controle existentes nas organizações seriam menos necessárias se os agentes tivessem comportamento cooperativo, aderindo voluntariamente aos princípios corporativos. Como tal prerrogativa não é realista, as organizações criam mecanismos diversos, que vão desde os conselhos de administração, até os códigos estruturados de ética. Um código pode ser considerado um contrato formal entre os colaboradores, gerentes, executivos e outros parceiros, com o objetivo de informar a respeito das expectativas da organização quando da realização de seus negócios (ZYLBERSZTAJN, 2009).

O código de ética fornece um conjunto de diretrizes, definindo, assim, o comportamento esperado pela organização. A alta cúpula deve, não somente explicitar seu apoio ao código, como, também, contribuir para sua elaboração, implantação e fazer-se valer na prática. Quando a direção afirma e apóia o código em suas ações, reforça para todos colaboradores sua cultura ética em uma relação recíproca de profissionalismo, zelo e respeito (WELLS; SPINKS, 1998).

As empresas adotam códigos de ética por diferentes razões. Algumas vezes, o código representa uma perspectiva distante da realidade da organização, existindo apenas como tentativa de criar uma imagem corporativa positiva ou mesmo para servir como salvaguarda

legal, no caso de litígios na Justiça. A efetiva adoção do código pode ser analisada a partir de uma perspectiva contratual, ou seja, com a identificação dos incentivos existentes na organização, desenhado para motivar a adoção do código. E, entre as principais justificativas para se adotar o código de ética ou de conduta pode-se citar: incentivos legais – alguns países institucionalizaram diretrizes éticas mínimas para as organizações; crescente internacionalização – a atuação das organizações multinacionais provoca um dilema com respeito às normas a serem seguidas; riscos de incidentes que afetam a reputação – aparentemente, o incentivo mais eficaz para a adoção de normas éticas ocorre sempre que exista risco potencial de efeito sobre o valor da empresa. Assim, esses elementos podem auxiliar na realização de um trabalho harmônico e servir também como proteção dos interesses públicos e dos profissionais que contribuem de alguma forma para com a organização (ZYLBERSZTAJN, 2009).

Para tanto, um dos grandes desafios das organizações está em definir e elaborar um código de ética, tarefa que não se configura algo fácil. Acima de tudo, é necessária reflexão e muita discussão com todos os que a integram. Desse modo, o código de ética ou de conduta deve ser planejado em todas as suas etapas – quem participa da elaboração, qual o envolvimento dos dirigentes, o que e como será escrito o código e de que forma será feita sua divulgação/comunicação a toda a organização. Quanto ao seu conteúdo, depende de cada organização. Em geral vão das normas de conduta e leis já publicadas. O código de ética passa a estabelecer as diretrizes para as estratégias organizacionais (MOREIRA, 2002).

O Instituto Ethos criou um documento no qual sugere ideias e tópicos para a elaboração de um código de ética, considerando o relacionamento com os *stakeholders* e a coerência com os princípios e atitudes que devem ser praticadas pelas organizações. Os tópicos considerados essenciais na composição do código de ética são: (a) relações com acionistas, no que se refere principalmente à transparência das informações repassadas aos mesmos; (b) relacionamento com funcionários, desde o recrutamento e seleção até promoções; (c) relacionamento com o cliente, fator determinante para a sobrevivência das organizações; (d) relação com os fornecedores, uma relação harmoniosa, na qual os interesses de ambos possam ser atingidos; (e) relacionamento com os concorrentes; (f) relacionamento com as esferas públicas, espera-se que as organizações cumpram com as exigências legais; (g) relacionamento com o meio ambiente, ciente do impacto de suas ações no meio ambiente e ações promovidos para a sustentabilidade da organização; e (h) relacionamento com a comunidade externa e responsabilidade social. O código torna claro o que a organização entende por conduta ética. Procura-se especificar o comportamento esperado pelos colaboradores e auxiliar a definir marcos básico de atuação da organização (SANTOS; GALLI, 2014).

Jesus, Sarnento e Duarte (2017) alertam para o fato de que na filosofia moral, é comum separar doutrinas teleológicas, que buscam explicar os fenômenos de acordo com a sua finalidade e avaliar moralmente as conseqüências da ação humana, das doutrinas deontológicas, entendidas como tratado de deveres e que incluem teorias que pressupõem um imperativo moral prévio para a avaliação dos efeitos da ação humana. Em outra dimensão, a ética prudencial, consiste em superar as doutrinas teológicas e deontológicas, para eleger o caráter moral do homem como um elemento central em sua tomada de decisão, considerando-o um ser racional. Seu caráter moral é refletido pelo comportamento racional dotado de aprendizagem capaz de deliberar sobre os meios considerados mais adequados para alcançar a

felicidade e o bem comum. Ou seja, seu caráter é formado por circunstâncias morais e tomada de decisão ética, e não por princípios ou regras universais de conduta (JESUS; SARNENTO; DUARTE, 2017).

2.3 A ética no sistema cooperativista

As organizações, entre elas as cooperativas, são reflexos da realidade social de seu tempo. O ambiente e as mudanças institucionais, com novos marcos regulatórios quanto as questões ambientais e sociais, têm induzido as organizações a sustentabilidade, visando a manter ou ganhar reputação. Nesse processo de busca de reputação, cresce a preocupação com o comportamento ético e socialmente responsável (BEZERRA; GIBBERT, 2007).

O Cooperativismo nasceu entre pensadores que buscaram na cooperação solidária a solução para os problemas econômicos causados pela concentração do capital. Seus princípios estão baseados nos valores humanos voltados à promoção integral do homem, livre de quaisquer preconceitos: (1) adesão voluntária e livre; (2) gestão democrática; (3) participação econômica dos membros; (4) autonomia e independência; educação, formação e informação; (5) intercooperação e interesse pela comunidade. O conceito de responsabilidade social – no qual se inclui o código de ética ou conduta – é relativamente novo para a maioria das organizações. Para as cooperativas, esse conceito advém dos próprios princípios e valores ideológicos, intrínsecos ao sistema. Os compromissos éticos das cooperativas estabelecem como norma de conduta a participação dos cooperados e colaboradores nas discussões e implementação de políticas de fomento e investimentos, procurando melhorar as condições de produção por meio do melhor uso da tecnologia, dos recursos naturais e da capacidade produtiva de seus colaboradores (BEZERRA; GIBBERT, 2007).

Os valores cooperativistas de ajuda mútua, democracia, igualdade, responsabilidade e solidariedade são atribuídos pelo ideal do benefício comum de todos os envolvidos. Na medida em que os valores são percebidos pelos colaboradores, cooperados, clientes e pela sociedade, formam-se novos valores baseados na confiança, cooperação, comprometimento, compartilhamento, comunicação e compensação (PRADO et al., 2015). Nesse sentido, é possível compreender que os valores cooperativistas são uma forma de valor moral atribuído a todos os envolvidos como uma alternativa de bem comum, de respeito mútuo para a sustentabilidade das ações e atividades cooperativistas. Não deixam de ser normas de condutas informais e conscientes, presentes no dia a dia dos cooperados e que estabelecem a diretrizes de gestão e de perenidade do negócio.

As cooperativas, por sua própria essência, são entidades solidárias. Nelas, pessoas de um mesmo grupo social ou econômico se reúnem com a finalidade de ajuda mútua com os mesmos objetivos. O Ato Cooperativo, por natureza e vocação, visa ao benefício comum, e é, conceitualmente, a manifestação de uma prática ética. Assim, no cooperativismo, a solidariedade deve ser prática diária, que representa melhoria de perspectiva de vida e bem-estar para milhares de pessoas. As cooperativas são uma prova de que a responsabilidade social, na qual se encontram também as questões éticas, é regra de conduta e hábito enraizado, praticada há décadas, muito antes de o termo ganhar a dimensão e o *status* que hoje recebe. Agir com responsabilidade social, para as cooperativas e seus parceiros, é a própria razão de sua origem e de sua existência (MACHADO FILHO, 2002).

Assim, cooperados, dirigentes, funcionários e lideranças são motivados a contribuir para a manutenção e revigoração das crenças e valores da cooperação, pois eles são o diferencial em relação às empresas meramente mercantis. Os processos de capacitação nas cooperativas são sistemáticos e voltados para a melhoria profissional das pessoas e difusão da filosofia da cooperação. O diálogo com cooperados, colaboradores e instituições é permanente, sendo este um importante diferencial das cooperativas. Inúmeras outras ações são desenvolvidas pelas cooperativas, relacionadas com a comunicação, a educação e formação profissional, beneficiando o quadro social, dirigentes, colaboradores e familiares, voltados à promoção integral do ser humano, sempre buscando a construção de valores e pilares éticos e voltados para a essência do sistema cooperativista (MACHADO FILHO, 2002). Entretanto, elas são constituídas por pessoas, com suas falhas morais e éticas. Assim, esta pesquisa pretende identificar a importância da implantação de um código de ética num ambiente cooperado.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa foi realizada em uma cooperativa agroindustrial de grande porte localizada na Região Oeste de Santa Catarina, durante o segundo semestre de 2015, tendo como população os colaboradores em nível gerencial de diversas unidades da cooperativa. Para Roesch (1999, p. 130), população é “um grupo de pessoas ou empresa que interessa entrevistar para propósito específico de um estudo.” A amostra, conceituada como a porção ou parcela selecionada dentro da população (MARCONI; LAKATOS, 1991) foi obtida por adesão a uma tentativa de censo com os colaboradores da cooperativa. Trata-se de uma amostra não probabilística, conhecida, também, como amostra por julgamento ou intencional (REA; PARKER, 2000). Assim, a população compreendeu 165 colaboradores que ocupavam cargos de gerência em distintas filiais/unidades, e a amostra resultou em 123 questionários efetivamente preenchidos e devolvidos. Num nível de confiança de 95% (2σ), o erro da pesquisa é de 4,5%.

Quanto ao seu delineamento, trata-se de uma pesquisa *survey* descritiva. A pesquisa descritiva, de acordo com Cervo e Bervian (2002, p. 66-67), é aquela que “observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los [...]. Os dados, por ocorrerem em seu *habitat* natural, precisam ser coletados e registrados ordenadamente para seu estudo propriamente dito”. Portanto, os estudos descritivos preocupam-se com a descrição e análise das características, propriedades ou relações existentes na comunidade, grupo ou realidade pesquisada.

Quanto ao recolhimento dos dados necessários ao desenvolvimento do artigo foi utilizado um questionário e análise documental. A palavra questionário refere-se a um meio de obter respostas às questões por uma fórmula que o próprio informante preenche (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p. 53). O questionário foi composto de perguntas fechadas e uma aberta, nas quais procurou-se: 1) determinar o perfil do respondente, 2) identificar os conhecimentos sobre ética e código de ética, 3) identificar o conhecimento sobre a organização e dos instrumentos de diretrizes de conduta utilizados, e 4) identificar a importância e benefícios da formalização de um código de ética. Os questionários foram enviados por meio eletrônico, utilizando a base de e-mail da cooperativa. Na análise documental, os pesquisadores tiveram acesso a documentos de controle de conduta da organização.

Após a coleta de dados, foi realizada a tabulação, análise e interpretação dos resultados obtidos com os processos anteriores. Nesta etapa da pesquisa, os questionários foram tabulados utilizando-se dos *software* Sphinx® e Excel®, como apoio. Os resultados receberam um tratamento estatístico, sendo apresentados por meio de tabelas de frequências e tabelas cruzadas, e servindo-se do teste Qui-quadrado como teste não paramétrico para avaliar a dependência entre as variáveis e/ou categorias de respostas.

Na questão aberta, realizou-se uma abordagem qualitativa, cuja técnica de análise foi a de análise de conteúdo (BARDIN, 2011), numa tentativa de categorizar os elementos considerados contributivos com a implantação de um código de ética na cooperativa em estudo. O processo de categorização foi realizado com auxílio do *software* Nvivo Versão 10.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

Observando que a taxa retorno da pesquisa de 74,5%, sobre um universo de 165 gerentes, a primeira constatação do estudo se refere à predominância do gênero masculino sobre o feminino em cargos gerenciais, uma vez que 98 (79,7%) dos respondentes são do sexo masculino. Tal evidência traz consigo uma necessidade de explorar mais a fundo para compreender a tamanha disparidade entre gênero no quadro de gerentes. Estudos sobre gênero e ética têm sido realizados, e os principais resultados mostram que, quando comparada às decisões éticas entre homens e mulheres, a mulher tem se mostrado mais ética que o homem (O`FALLON; BUTTERFIELD, 2005). Embora seja um tema complexo, esse ponto merece atenção para estudos futuros.

De outro lado, relativamente à idade dos respondentes, os dados da pesquisa mostram um quadro equilibrado entre gestores jovens e outros mais experientes, permitindo associar a experiência e a jovialidade, tendo um ganho nas diferentes compreensões dos negócios da cooperativa.

Evidencia, também, que a empresa oportuniza acesso à criatividade dos jovens, ao mesmo tempo em que preserva a “sabedoria” representada pelos mais experientes. A Tabela 1 apresenta essa distribuição.

Tabela 1 – Idade dos respondentes

Idade	Frequência	%
De 24 a 40 anos	51	41,5%
41 a 50 anos	56	45,5%
51 a 55 anos	15	12,2%
Acima de 55 anos	1	0,8%
TOTAL OBS.	123	100%

Fonte: dados da pesquisa.

A relação entre ética e o tempo de trabalho tem sido investigado em estudos que demonstram que, a experiência de trabalho está positivamente relacionada à tomada de decisão ética (O`FALLON; BUTTERFIELD, 2005). Em relação ao tempo de trabalho na cooperativa, o gráfico 2 mostra que 47% dos entrevistados gerentes têm entre 11 e 20 anos de casa, 25% têm entre 20 e 30 anos, 19% de um a 10 anos e 9% acima de 30 anos de cooperativa.

Tabela 2 – Tempo que trabalha na cooperativa

Idade	%
Entre 01 a 05 anos	3%
Entre 06 a 10 anos	16%
Entre 11 a 15 anos	27%
Entre 16 a 20 anos	20%
Entre 21 a 25 anos	13%
Entre 26 a 30 anos	12%
Acima de 31 anos	9%
TOTAL OBS.	100%

Fonte: dados da pesquisa.

A indução direta seria pressupor que, em razão do tempo de trabalho significativo na cooperativa, os gestores com mais tempo de casa conhecem o funcionamento dos processos gerenciais e produtivos da cooperativa, como também, estão familiarizados com as questões que envolvem a conduta ética na entidade estudada. Então, quando se buscou verificar este raciocínio, por meio do cruzamento dessa variável (que avalia o tempo de trabalho), com a variável que avalia o conhecimento da existência (ou não) de documento normatizador de conduta na cooperativa, verifica-se que os mais velhos se destacam como sabedores da inexistência de tal documento, conforme apresentado na Tabela 3.

Tabela 3 – Tempo de trabalho na cooperativa *versus* conhecimento da existência de instrumento normatizador de procedimentos

Conhecimento de instrumentos que normatize procedimentos	Não	Sim	TOTAL
Tempo de trabalho na cooperativa			
Entre 01 e 05 anos	4	0	4
Entre 06 e 10 anos	16	4	20
Entre 11 e 15 anos	25	8	33
Entre 16 e 20 anos	15	9 ^a	24
Entre 21 a 25 anos	9	7 ^a	16
Entre 26 e 30 anos	15	0 ^b	15
Acima de 31 anos	11	0 ^b	11
TOTAL	95	28	123

Nota: (Qui²=15,94, gl=6, 1-p= 98,59%). ^a Frequência real superior à frequência teórica. ^b Frequência real inferior à frequência teórica.

Fonte: dados da pesquisa.

Observa-se que a análise documental, realizada no processo da pesquisa, mostra que a cooperativa não tem ainda um código de ética formalizado. Nesse sentido, embora a maioria dos colabores (77,2%) reconheça a inexistência de um documento regulador, parece que os colaboradores mais jovens confundem procedimentos operacionais com código de conduta. Para corroborar esta interpretação, a Tabela 4 mostra as respostas atribuídas por aqueles que responderam que consideram que existe um instrumento normatizador.

Tabela 4 – Tipo de documento que normatiza os procedimentos

Documento que normatiza os procedimentos	Frequência
Circulares	6
Termo de uso do sistema informatizado	6
Advertência	3
Valores e Princípios da Cooperativa	6
Outros (verbais)	4
TOTAL	25

Fonte: dados da pesquisa.

Nota 1: Os resultados derivam de uma Análise de Conteúdo realizada sobre uma questão aberta.

Nota 2: Resposta restrita aos respondentes que entendem existir um documento que normatize procedimentos

Por outro lado, quando solicitado aos respondentes que autodeclarassem o conhecimento sobre o que é ética e o que é código de ética, verifica-se que a grande maioria diz saber o que é ética (95,9%), enquanto que 77,2% declaram saber o que é código de ética. A Tabela 5 apresenta as respostas cruzadas destas duas variáveis, mostrando a coerência das respostas (Qui2 = 17,68, gl = 1, 1-p = >99,99%).

Tabela 5 – Conhecimento do que é ética versus conhecimento do que é código de ética

Sabe o que é um código de ética	Não	Sim	TOTAL
Sabe o que é ética			
Não	5	0	5
Sim	23	95	118
TOTAL	28	95	123

Fonte: dados da pesquisa.

Nessa linha de raciocínio, quando questionados sobre o seu conhecimento a respeito dos valores e missão da cooperativa, 85,4% dizem conhecer, e 14,6% afirmam que conhecem parcialmente. Fica, pois, evidente, a necessidade de se discutir e pensar um instrumento que seja visto por todos os colaboradores como formal e unânime para explicitar e orientar as situações e condutas inadequadas praticadas por colaboradores da cooperativa, quando da realização de suas atividades. Tal afirmativa é corroborada pelas respostas dos entrevistados quando questionados a esse respeito. A Tabela 6 ilustra essas respostas ao questionamento sobre se é possível denunciar procedimentos antiéticos, se existirem.

Tabela 6 – Possibilidade de denunciar procedimentos antiéticos

É possível denunciar procedimentos antiéticos	Frequência	%
Não	6 ^b	4,9%
Raramente	9	7,3%
Às vezes	59 ^a	48,0%
Sim	49	39,8%
TOTAL OBS.	123	100%

Fonte: dados da pesquisa.

Nota: (Qui2=72,09, gl=3, 1-p= 99,99%). ^a Frequência real superior à frequência teórica. ^b Frequência real inferior à frequência teórica.

Infere-se, da Tabela 6, que, caso ocorram, as condutas antiéticas nem sempre serão denunciadas, uma vez que a maioria (60,2%) percebe não serem efetivos os procedimentos

para denúncia de procedimentos antiéticos, evidenciando a necessidade de a governança da instituição criar um canal de comunicação que permita esse procedimento e que funcione como proteção à cooperativa e aos gestores, zelando também pelos comportamentos e atitudes coletivas da equipe.

Indagados a respeito da maneira como a cooperativa trabalha as questões éticas, 19,5% responderam que atende totalmente às necessidades existentes, 8,1% afirmam não atende as necessidades e 72,7% apontaram que atende em partes às necessidades, ou seja, 80% dos participantes apontam para a necessidade de fortalecer a maneira pela qual a cooperativa trabalha suas questões éticas. Isso fica mais problemático a partir das respostas ao questionamento sobre, se os respondentes acreditam que a falta de um código de ética formalizado – escrito – influenciaria na condução das questões éticas, no qual, 48% acreditam que influenciaria, e 52% acreditam que um código de ética não influenciaria ou influenciaria pouco. Essa informação traz consigo a indicação de que a significativa parte dos colaboradores sente a necessidade de ter uma maior orientação de como agir diante das questões éticas do dia a dia da cooperativa e, ainda, de entender o significado e contribuição que um código de ética à organização. A Tabela 7 mostra o cruzamento destas duas variáveis.

Tabela 7 – A maneira de tratar as questões que envolvem ética *versus* a influência da falta um código na solução de questões éticas.

Influência da falta de um código de ética	Não influencia nada	Influencia em pouco	Influencia muito	TOTAL
A maneira como a cooperativa trabalha as questões éticas				
Atende em partes às necessidades	0	43	2	44
Atende totalmente às necessidades	4	14	0	6
Não atende às necessidades	0	3	0	7
TOTAL	4	60	2	57

Fonte: dados da pesquisa.

Embora não se verifiquem diferenças estatisticamente significativas nas respostas, percebe-se que há significância prática entre aqueles 24 respondentes que entendem que a cooperativa trata adequadamente as questões éticas, para 18 deles um código teria pouco (ou nenhuma) relevância. Apesar disso, ainda entre estes 24 respondentes, 17 deles (70,8%) entendem que a implantação de um código de ética fortaleceria a imagem da cooperativa perante a sociedade, denotando a percepção de que a imagem da instituição seria favorecida com a sua implantação.

Quando se busca a percepção de todo o grupo de gestores a este respeito (fortalecimento da imagem), tem-se os dados mostrados na Tabela 8, evidenciando, claramente, que a maioria entende que a imagem seria fortalecida. Esta constatação, por um lado, preocuparia no sentido que os colaboradores possam entender a implantação do código de ética apenas como tentativa de criar uma imagem corporativa positiva, como alerta Zylbersztajn (2002).

Tabela 8 – Percepção do fortalecimento da Imagem da cooperativa perante a sociedade

Percepção do fortalecimento da Imagem	Frequência	%
Fortaleceria	78	63,4%
Fortaleceria muito	33	26,8%
Fortaleceria pouco	12	9,8%
TOTAL OBS.	123	100%

Nota: (Qui2=55,46, gl=2, 1-p= 99,99%). ^a Frequência real superior à frequência teórica.

Fonte: dados da pesquisa.

Por outro lado, a implantação de um código de ética escrito tem parecer favorável de 116 (94,3%) dos participantes da pesquisa que se dizem favoráveis à implantação deste na cooperativa, e somente nove (5,7%) são contrários, evidenciando que esta ação não tem a intenção de julgar os percursos já em andamento, mas a finalidade única e impessoal de fortalecê-los, de forma a serem ainda mais difundidos, remodelando para a melhor cultura ética da organização.

Para os colaboradores, a implantação do código de ética serviria também como estratégia para auxiliar para fortalecer os valores e princípios da cooperativa, conforme demonstra a Tabela 9.

Tabela 9 – Percepção do código de ética como auxiliar para fortalecer os valores e princípios

Fortalecimento dos princípios e valores por meio do código	Frequência	%
Fortalece	83 ^a	67,5%
Fortalece e muito	37	30,1%
Não fortalece em nada	3 ^b	2,4%
TOTAL OBS.	123	100%

Nota: (Qui2=78,63, gl=2, 1-p= 99,99%). ^a Frequência real superior à frequência teórica. ^b Frequência real inferior à frequência teórica.

Fonte: dados da pesquisa.

Outra indagação, que obteve resultados muito parecidos, foi se a implantação de um código propiciaria mais segurança e orientações quando do desenvolvimento dos relacionamentos com parceiros comerciais e não comerciais. A Tabela 10 mostra a percepção dos respondentes a este respeito:

Tabela 10 – Importância do código de ética para relacionamentos externos

Importância do código para relacionamentos com parceiros externos	Frequência	%
Importante	78 ^a	63,4%
Muito importante	39	31,7%
Pouco importante	6 ^b	4,9%
TOTAL OBS.	123	100%

Nota: (Qui2=63,37, gl=2, 1-p= 99,99%). ^a Frequência real superior à frequência teórica. ^b Frequência real inferior à frequência teórica.

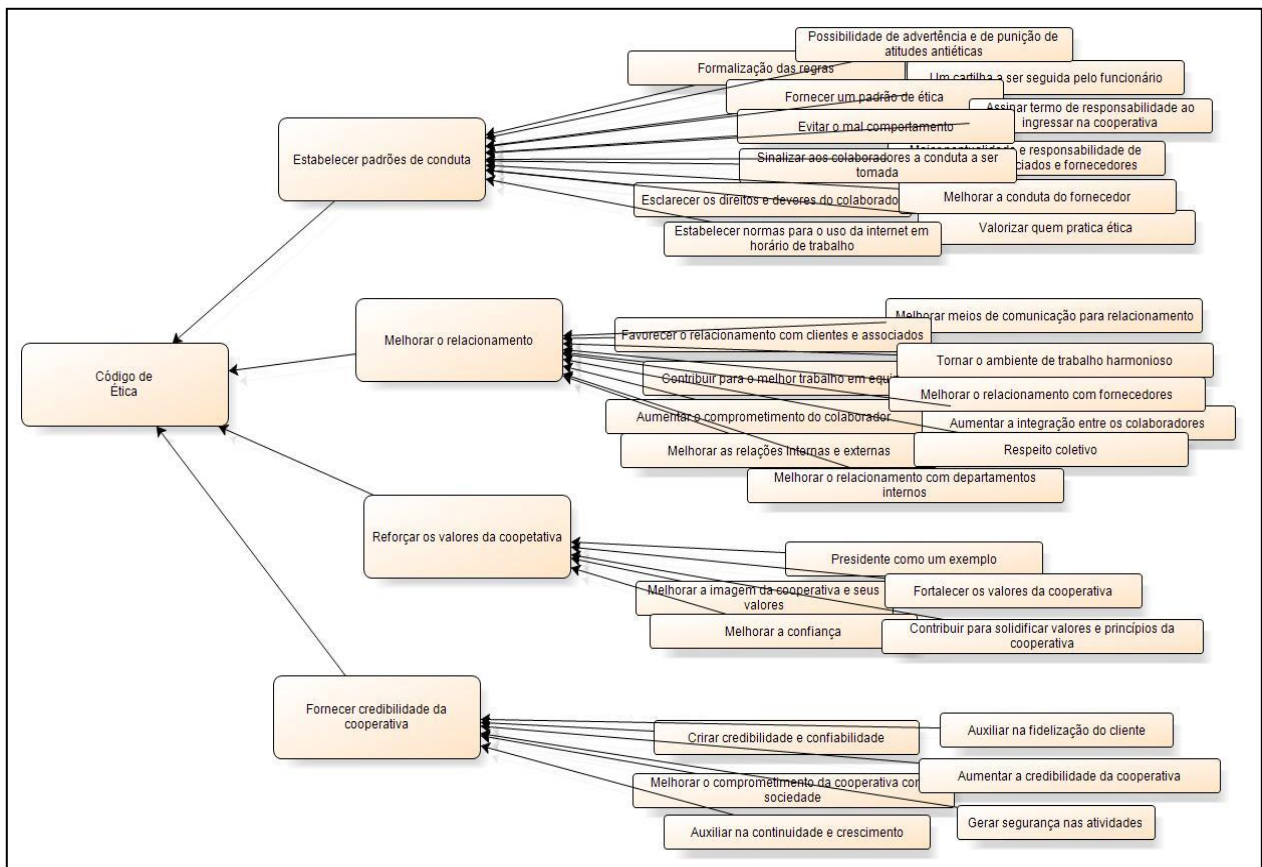
Fonte: dados da pesquisa.

A implantação do código de ética para fortalecer os relacionamentos com seus parceiros pode estar associada com preocupação dos sujeitos de pesquisa, principalmente, quando se tem envolvido nos negócios: recursos financeiros, desenvolvimento de produtos e fornecedores, novos mercados ou ainda a credibilidade e a continuidade das transações.

Se, para melhorar a imagem da cooperativa e facilitar (ou dar segurança) com e para os *stakeholder* da cooperativa, a implantação de um código de ética é importante, para melhoria nos relacionamentos internos entre os colaboradores a percepção não é diferente. Para 66,9% dos respondentes, o relacionamento com os superiores melhoraria. Para 30,1% melhoraria muito, e 4,1% acreditam que não melhoraria em nada.

O questionário também contou com uma pergunta aberta para identificar e explorar elementos considerados importantes para a implantação de um código de ética. Nesse sentido, a última pergunta do questionário indagou como um código de ética poderia contribuir com a cooperativa. As respostas foram agrupadas em quatro categorias centrais que emergiram da análise das respostas, ou seja, definidas *a posteriori* a partir do significado atribuído pelos participantes da pesquisa, em um enfoque indutivo de análise: estabelecer padrões de conduta, melhorar o relacionamento, reforçar os valores da cooperativa e fortalecer a credibilidade da cooperativa. A Figura 1 ilustra as categorias e os códigos criados com auxílio do software Nvivo:

Figura 1- Categorias centrais sobre os elementos considerados importantes para a implantação de um código de ética.



Fonte: Elaborado pelos autores com auxílio do software Nvivo.

Infere-se que a maior contribuição do código de ética apontada pelos respondentes é estabelecimento de padrões de conduta a serem seguidos por todos os colaboradores e cooperados. A formalização de diretrizes de conduta para o cumprimento das normas, na visão

dos respondentes, auxiliaria nas rotinas organizacionais e deixaria claro o que se pode ou não fazer, como também, forneceria orientações do que se espera de um colaborador e o relacionamento da cooperativa com seus parceiros. Possibilitaria, assim, maior segurança nas decisões a serem tomadas, diminuindo o grau de incerteza por parte dos envolvidos. Corroborando com os estudos de Wells E Spinks (1998), Moreira (2002), O`Fallon e Butterfield (2005), Zylbersztajn (2009) e Arruda, Whitaker e Ramos (2017),

A credibilidade da cooperativa também é um elemento de destaque. Segundo Zylbersztajn (2002), as organizações adotam códigos de ética para aferir a sua credibilidade em relação à conduta ética de suas atividades internas e externas. A formalização do código de ética, segundo os respondentes, seria uma oportunidade para fortalecer ainda mais a credibilidade da cooperativa para seus cooperados e sociedade.

O relacionamento também poderia ser melhorado, tanto interno, como externamente com a implantação do código de ética: internamente, entre colegas de trabalho de diferentes setores, diferentes níveis hierárquicos, tornando o ambiente de trabalho mais agradável e harmonioso, aumentando a integração entre colegas e incentivar a criatividade e novas formas de resolver problemas em junto; e externo, com fornecedores, clientes, concorrentes, sociedade civil, transparecendo maior transparência em suas operações e tornando a cooperativa reconhecida como uma organização socialmente responsável.

A implantação do código seria também uma oportunidade para reforçar os valores da cooperativa, segundo os respondentes. Resgatar os princípios da cooperativa como igualdade, respeito, ética, cooperação, e fomentar sua missão e visão. Assim, como, gerar maior confiança entre colaboradores, cooperados, clientes e fornecedores, para a continuidade das atividades da cooperativa. Tais ações fortaleceriam a imagem da cooperativa, como uma organização séria e sólida, conquistando mercados e atraindo talentos para o seu crescimento e continuidade.

Outros elementos também foram apontados como: crescimento da cooperativa; melhorar o entendimento do que é considerado certo e errado pela cooperativa, com regras claras de conhecimento de todos; gerar maior respeito entre os colaboradores; possibilitar maior segurança nas decisões a serem tomadas, diminuindo o grau de incerteza; deixar claro os direitos e deveres de todos envolvidos; melhorar a comunicação interna e externa das atividades da cooperativa; tornar um exemplo de organização; tratar com sigilo das informações; auxiliar na seleção de novos colaboradores e definição do perfil para atuar na coordenação; e promover o profissionalismo em todas as atividades da cooperativa.

Os elementos apontados reforçam a importância da existência de um instrumento formal para que se possam apoiar as ações informais que atualmente são realizadas e já fazem parte da cultura, dos valores e princípios da cooperativa. Sabe-se que a conduta ética é algo que deve acompanhar as pessoas em todos os seus momentos – em casa, na sociedade e no trabalho (SROUR, 2017). Nesse sentido, ter uma ferramenta que auxilie a condução desta atividade na organização e o seu devido treinamento e capacitação mostra-se importante para orientar e conduzir as pessoas na realização de suas atividades laborais diárias.

Salienta-se que a legitimação do código de ética depende de um processo de conscientização coletiva. A construção da ética ocorre num processo relacional de diálogo e reciprocidade, inserida em um contexto de aprendizagem e de transformação coletiva, internalizado pela organização. Uma ferramenta ou documento solitário e isolado, não é capaz

de reproduzir comportamentos éticos válidos consubstanciados aos valores organizacionais (CHERMAN; TOMEI, 2005).

E ainda, a adoção de um código de ética não pode mascarrar estratégias omissas da organização e colocar em risco aqueles que seguem prescrições normativas por estarem previstas em documento normatizador, inibindo uma reflexão crítica sobre a postura adotada ou a adotar, como destaca Zylbersztajn (2002).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada organização, pelas suas decisões, escolhe e prioriza quais processos e métodos consideram ser mais convenientes, importantes e adequados ao seu estágio ou seu ciclo de vida, anseio dos colaboradores, dos associados ou de seus gestores.

É importante destacar que não existe uma fórmula única e universal para a definição da estrutura e conteúdo de um código de ética. Por outro lado, é fundamental que o código de ética não seja uma mera promessa ou um documento publicitário da organização, mas, como apontado pela pesquisa, deve ser uma estratégia para fortalecer os seus valores e princípios junto aos relacionamentos estabelecidos (ou futuros) pela cooperativa. Ou, ainda, deve ser considerado com uma espécie de mapa de valores e princípios, conduzindo a organização ao cenário de negócios onde existem regras significativas de cidadania, eficiência de gestão, honestidade no uso dos recursos e respeito no tratamento com os seus vários interlocutores, oferecendo um direcionamento do que fazer e como fazer, proporcionando segurança e fortalecendo as decisões a serem tomadas.

Outro fator a ser considerado, com base nos resultados da pesquisa, refere-se aos diferentes parceiros e *stakeholders* da cooperativa. As relações de uma organização com seus clientes e fornecedores é permeada por situações de natureza ética, onde as constantes negociações levam, inevitavelmente, a situações de conflito, originadas por circunstâncias que ocorrem por diferentes interesses e objetivos, sendo que a não existência de um instrumento que sirva de parâmetro para tratamento da temática da ética pode gerar desgastes na imagem da Cooperativa, ou até mesmo perder negócios.

Da mesma forma, as organizações são colocadas em contato com o mundo dos poderes instituídos na sociedade (financiamentos, contratos, alíquotas de impostos, subsídios, incentivos fiscais, regras de importação e exportação), tudo isso exige relacionamentos constantes com órgãos públicos, o que também exige da cooperativa um instrumento que normatize qual a postura que se deve manter perante estes órgãos no desenvolvimento de suas atividades.

Dentre os principais resultados, destacam-se: a disparidade entre gênero, 74,5% dos respondentes gerentes são do gênero masculino; os dados da pesquisa mostram um quadro equilibrado entre gestores jovens e outros mais experientes; os mais velhos se destacam como sabedores da inexistência do código de ética; colaboradores mais jovens confundem procedimentos operacionais e de rotinas com um código de conduta; a grande maioria diz saber o que é ética (95,9%), enquanto que 77,2% declaram saber o que é código de ética; condutas antiéticas nem sempre serão denunciadas, uma vez que a maioria (60,2%) percebe não serem efetivos os procedimentos para denúncia de procedimentos antiéticos; 80% dos participantes apontam para a necessidade de fortalecer a maneira pela qual a cooperativa trabalha suas questões éticas; 70,8% entendem que a implantação de um código de ética fortaleceria a

imagem da cooperativa perante a sociedade; A implantação de um código de ética tem parecer favorável, 94,3% dos participantes, e serviria também como estratégia para auxiliar para fortalecer os valores e princípios da cooperativa, propiciaria mais segurança e orientações quando do desenvolvimento dos relacionamentos com parceiros comerciais e não comerciais, e melhoraria a imagem da cooperativa com seus *stakeholder*.

Entre os elementos considerados importantes para a implantação de um código de ética para os respondentes, destacam-se que o código de ética poderia: estabelecer padrões de conduta, melhorar o relacionamento, reforçar os valores da cooperativa e fortalecer a credibilidade da cooperativa.

Nesse contexto, observando-se os resultados da pesquisa, pode-se aferir que a implantação de um código de ética pela cooperativa é uma ação que poderá gerar inúmeros benefícios, inserido em um programa de ética amplo, sendo este aceito legitimado pelos colaboradores da cooperativa, como também reforçará sua imagem perante colaboradores, parceiros e poderes constituídos na sociedade, pois a ênfase dada à honestidade e à ética pressupõe, *a priori*, produtividade, eficácia dos serviços, qualidade de atendimento, eficiência administrativa, conformidade com a lei, além do respeito básico aos direitos humanos.

Como sugestão de estudos futuros, sugere-se ampliar o estudo do campo da ética em cooperativas, haja vista que é um tema ainda pouco explorado, em especial, buscar compreender a disparidade entre gêneros em cargos de gerência e suas conseqüências, realização de pesquisas aplicadas que busque avaliar a implantação e contribuição de um código de ética em cooperativas e, investigar a relação entre a missão e os valores adotados e com a tomada de decisão ética.

Como limitações da pesquisa, destacam-se a dificuldade de retorno dos questionários, após inúmeras tentativas e contatos dos pesquisadores, houve um retorno significativo. A questão aberta poderia ser mais bem explorada pelos respondentes, que preferiram economizar em suas respostas e comentários.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, M, C. C. de; WHITAKER, M. C.; RAMOS, J. M. R.. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BEZERRA, S. A.; GIBBERT, G. M. O Cooperativismo paranaense e a responsabilidade social empresarial como fator de competitividade. **Ciências Sociais em Perspectiva**, v. 6, n. 10, p. 75-88, 2007.

CAMARGO, M. **Fundamentos da ética geral e profissional**. 6ª. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

- CHAUÍ, M. **Introdução à história da filosofia: dos pré-socráticos a Aristóteles**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.
- 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**, v. 9, n. 3, p. 99-120, 2005.
- COTRIN, G. **Fundamentos da Filosofia: História e Grandes Temas**. 17^a. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.
- DE GRAAF, Frank Jan. Ethics and Behavioural Theory: How Do Professionals Assess Their Mental Models? **Journal of Business Ethics**, p. 1-15, 2018.
- JESUS, T. A.; SARMENTO, M.; DUARTE, M. Ética e responsabilidade social. **Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal**, v. 29, n. unknown, p. 3-30, 2017.
- JOYNER, B. E.; PAYNE, D. Evolution and implementation: A study of values, business ethics and corporate social responsibility. **Journal of Business Ethics**, v. 41, n. 4, p. 297-311, 2002.
- MACHADO FILHO, C. A. P. **Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações: um estudo multicaseos**. 2002. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1991.
- MOREIRA, J. M. **A ética empresarial no Brasil**. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 2002.
- NALINI, José Renato. **Ética geral e profissional**. 12. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.
- NASH, L. **Ética nas empresas**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- PASSOS, E. **Ética nas Organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.
- PRADO, A. S. et al. Reconhecendo o valor do cooperativismo sob a ótica da cadeia meios-fins. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 13, n. 3, 2015.
- REA, L. M.; PARKER, R. A. **Metodologia de Pesquisa**. São Paulo: Pioneira, 2000.
- ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- SANTOS, M. A. P.; et al. Código de ética: os elementos essenciais na visão de uma empresa do setor sucroalcooleiro do interior de São Paulo. **Revista Gepros**, v. 9, n. 1, p. 143, 2014.
- SOUZA, M. C. **Ética no ambiente de trabalho: uma abordagem franca sobre a conduta ética dos colaboradores**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- SROUR, R. H. **Ética empresarial: a gestão da reputação**. Rio de Janeiro: Campus, 2017.
- VÁSQUEZ, A. S. **Ética**. 35. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.
- VALLS, Á.L.M. **O que é ética**. 9.ed. São Paulo: Brasiliense, 2017.
- VELOSO, L. H. M. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. Coordenação Patrícia Almeida Ashley. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

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

WELLS, B.; SPINKS, N. Ética, de cima para baixo. **HSM Management**, v. 2, n. 7, p. 142-146, 1998.