

Desafios da ética e responsabilidade social na busca do melhor desempenho económico e financeiro das empresas.

Challenges of ethics and social responsibility in the search for the best economic and financial performance of companies.

Oriano Costa Chijica^{1*}.

¹ MSc. Professor Diplomado. Instituto Médio Politécnico do Cacolo. orianocosta.oc@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6035-9188>

*Autor para correspondência: orianocosta.oc@gmail.com

RESUMO

Neste artigo se abordam questões sobre a ética e responsabilidade social empresarial a partir de uma perspetiva entre todos sujeitos que têm uma ligação direta ou indireta com a empresa. A pesquisa teve como objetivo analisar os desafios da ética e responsabilidade social e como eles influenciam no desempenho e na estabilidade económica e financeira de uma empresa. A pesquisa foi realizada na clínica Nossa Senhora da Saúde. Atendendo o estudo, a pesquisa apresenta um carácter qualitativo, adotando-se o procedimento metodológico a consulta bibliográfica e com o método de inquérito, através da técnica da entrevista. Os resultados encontrados permitem entender a importância de se agir de forma ética e responsável e que a sustentabilidade e a sobrevivência de uma empresa dependem deles.

Palavras-chave: Ética, Ética empresarial, Responsabilidade social, Ética vs competitividade.

ABSTRACT

This article addresses ethics and corporate social responsibility from the perspective of all subjects who have a direct or indirect connection with the company. The research aimed to analyze the challenges of ethics and social responsibility and how they influence the performance and economic and financial stability of a company. The research was carried out at the Nossa Senhora da Saúde clinic. Given the study, the research presents a qualitative nature, adopting the methodological procedure of bibliographical consultation and the survey method, through the interview technique. The results found allow us to understand the importance of acting ethically and responsibly and that the sustainability and survival of a company depends on them.

Keywords: Ethics, Business ethics, social responsibility, ethics vs competitiveness.

INTRODUÇÃO

Em um mercado competitivo com grandes exigências na busca da qualidade total e no aumento da produtividade, as organizações têm sido promovidas para importantes mudanças nas suas estruturas e na maneira de se posicionar dentro do mercado, com o propósito de atender as demandas, aliando suas competências técnicas e interpessoais.

Atualmente as instituições não devem estar apenas atentas aos seus compromissos ligados aos aspectos económicos e legais, mas também das suas responsabilidades éticas, morais e sociais. A atitude ética e de responsabilidade social são vistas como ações que transfiguram o comportamento mau em bom, do individual para coletivo influindo para o desenvolvimento humano.

Para a sua concretização, o presente artigo apresenta os seguintes objetivos:

Objetivo Geral

- Analisar os desafios da ética e responsabilidade social no desempenho económico e financeiro das empresas.

Objetivos específicos

- Identificar como a ética afeta no desempenho económico e financeiro das empresas.
- Estabelecer relação entre a ética empresarial, concorrência e lucratividade.
- Analisar o papel da ética e responsabilidade social corporativa na sociedade.

Fundamentos sobre a ética

A palavra ética é de origem grega “Ethos” que significa costume, caráter, selo próprio do ser humano, modo de ser e de agir.

O comportamento do homem na sociedade tem sido meio de vários estudos e abordagens que trazem diversos prismas e questões relacionados a definição da ética, estilos de vida do homem, maneira de agir e estar e a sua importância no equilíbrio social.

A ética está associada a valores positivos, comportamentos ou práticas de convivência social aceitáveis no meio social, a sociedade (Carvalho, 2008).

A ética faz parte do dia-a-dia da comunidade. Numa perspetiva mais ampla, a ética representa um conjunto de normas, regras, princípios e preceitos que guiam o comportamento do homem na sociedade, ligados a prática do bem e do mal, justiça e a injustiça, do permitido ao não permitido, aprovado ao desaprovado, de um indivíduo ou um grupo dentro de uma sociedade.

O estudo da ética é o conjunto de hábitos, costumes, atitudes e relações do ser humano diante do lugar e do meio social em que tem ligação estreita com o que podemos chamar de bem, mal, moral e imoral (Fritzen, 2013).

A reflexão ética brota deste contexto como uma espécie de revisão de vida individual e coletiva, ou seja, trata-se de perguntar sobre a validade dos princípios que subjazem implicitamente às ações individuais e coletivas e às instituições por elas produzidas (Oliveira, 2004).

O nascimento da filosofia deu-se na Grécia sob o impacto de dois fatores: as respostas dos mitos às questões existenciais acerca da origem do mundo e do homem tornaram-se insatisfatórias e o fenômeno sociopolítico que originou o princípio democrático (Martins, 2019).

A mitologia leva o homem a questionar até a sua própria existência, daí surge a necessidade de existir uma ética universal que apresenta conceitos que são válidos e aceites por todos, independentemente do local e do tempo.

Como temática democrático, o tema, os debates e os problemas em volta da ética, da moral e dos valores têm-se intensificado desde os primeiros filósofos até a era moderna, sejam em profissionais ou não, em várias áreas como a política, economia, ciência, tecnologia entre outras, colocando em contraste o bem e o mal.

Autores mais representativos no estudo da ética

Platão (427 – 347 a.C.)

A ética de Platão é idealista e se afasta das soluções reais aos problemas humanos, onde ressalta que mesmo não chegamos a alcançar o mundo na forma ideal não importa, a intenção é valiosa em si mesma. Na visão de Platão a busca do bem refere-se a teoria moral e ética.

Aristóteles (384 – 322 a.C.)

Conhecido como o pai da ética, a quando do lançamento da obra dedicado ao seu filho que a denominou como ética a Nicómaco. A sua ética é realista, a razão humana tem duas orientações: a teórica e a prática.

Santo Agostinho (354 - 430)

Desenvolveu um pensamento ético em função da conceção religiosa. As normas e juízos morais se subordinaram à religião, como manifestação da fé em Deus e na vontade da revelação divina.

Tomás de Aquino (1224 - 1274)

Atendo-se aos postulados de Santo Agostinho, Aquino fundamentou uma moral cuja fonte é Deus como supremo bem. Para Aquino a causa do mal está no livre-arbítrio e na ausência do bem e da vontade, expressão do pecado original.

Immanuel Kant (1774 - 1804)

Kant desenvolveu uma filosofia ética baseada em ética autónoma e independente do cristianismo. Afirmando que Deus não é apreendido por estes preceitos, a ética não tem fundamentos científicos e nem metafísicos para o ligar a Deus.

Ética empresarial

Em toda a estrutura organizacional existem regras e condutas comportamentais formais ou informais que podem ser mais ou menos complexos e representam princípios e valores que garantem o bom funcionamento das organizações (Carvalho, 2008).

Dentro do ambiente empresarial prevalece um tipo específico de ética, de caráter normativo, que tem a função de ser um guia. A ética parte do conhecimento racional do que é certo e errado estabelecendo a igualdade de oportunidades, o respeito, a dignidade e a liberdade.

Existem dois conceitos centrais que devem ser abordados quando falamos em ética empresarial, a moralidade e a lei (Matela, 2016).

A moralidade refere-se a um conjunto de doutrinas, preceitos e normas estipuladas pela sociedade para definir o comportamento certo e errado de um indivíduo. A lei pode ser analisada como prescrição do poder ou normas de condutas obrigatórias reconhecidas por todos.

A ética empresarial compreende normas, princípios e padrões que orientam o comportamento do mundo dos negócios (Bittencourt, 2019).

Concorrência e lucratividade

A atuação económica está ligada a competitividade das empresas, sendo atingida quando uma empresa formula e implementa com sucesso uma estratégia que cria valor (Rosa, 2015).

Concorrência é a disputa entre fornecedores de um mesmo bem ou serviço, objetivando angariar a maior parcela do mercado possível no seu segmento (Haas, 2017).

Uma empresa é competitiva quando é capaz de dar resposta às demandas de mercado de forma diferenciada e consegue manter ou aumentar a sua influência dentro do mercado.

A busca pelo lucro e pelo alcance de melhores desempenhos não deve impedir a um comportamento de lisura e comprometimento com as regulamentações. A exigência pelo cumprimento de metas, muitas vezes objetivando apenas o lucro máximo desafia em demasia as empresas fazendo com que muitas optem por condutas concorrencial desleal (Marcon, 2008).

As consequências do comportamento ético e antiético para as empresas

As ações decorrentes das decisões tomadas internamente nas organizações levam a consequências que desencadeiam um processo contínuo de ações e reações (Bondarik, Pillati e Francisco, 2006).

Atitudes éticas são aquelas ações que decorridas na sociedade são moralmente aceites e considerados como bons ou certos. A relação entre o comportamento ético e o sucesso é proporcional e indissociável, em que o sucesso durador e sustentável é precedido de um comportamento ético por parte da empresa.

Comportamento ético acarreta vários benefícios, como:

- Fortalecimento da imagem e reconhecimento da marca;
- Fortifica o relacionamento com os fornecedores e os clientes, fidelizando-os;
- Garante estabilidade e sustentabilidade financeira;
- Reduz custos e despesas legais e sociais e
- Cria oportunidades, gerando com isso diversas vantagens ante a concorrência.

Os lucros não podem ser o fim único de uma empresa, e sim devem ser consequências do reconhecimento do capital humano como o elemento principal de uma empresa e por uma relação fidelizada mantida entre a empresa e o cliente, onde reconhece-se a importância da existência deles.

A busca pela satisfação do cliente tanto interno quanto o externo deve ser um dos pilares fundamentais que a empresa deve construir para o desenvolvimento e o crescimento dela. As atitudes antiéticas é a forma de se proceder individual ou coletivamente considerados errados ou ilegais perante a sociedade.

Os impactos gerados no ambiente e na sociedade em geral nem sempre são imediatos. Na maioria das vezes, são graduais, mas quando aparecem podem surgir de forma repentina (Back, 2015).

Para além do comportamento antiético ter um impacto direto no estilo de vida das sociedades, também afeta de forma negativa a própria organização, onde pode-se verificar a perda de confiança, instabilidade interna, o desequilíbrio financeiro e económico, perda de clientes, entre outras.

A ética empresarial abrange todos os processos da empresa, desde a sua sustentabilidade, imagem e produtividade evidenciando com isso a existência de vários benefícios na atuação ética e responsável por parte das empresas, onde um comportamento inadequado pode causar grandes prejuízos em todas as esferas da empresa.

Um gestor que se preocupa em manter-se sustentável e em satisfazer os anseios dos clientes deve pautar em criar um código de ética que ao lado da missão e visão permitirão que todos estejam a remar pela mesma direção e buscando os mesmos objetivos.

Os líderes éticos têm consciência da importância da tomada de decisões partilhadas por todos os ativos humanos que pertencem a organização, eles possuem características como a honestidade, a confiança, a justiça e preocupação por todos os colaboradores (Matela, 2016).

Código de ética é um instrumento de regras de conduta que proporciona aos colaboradores da empresa a aproximação com os clientes garantindo o fortalecimento da sua imagem e a percepção perante a sociedade.

Fundamentos da responsabilidade social

Historicamente está comprovado que as mudanças e evoluções dos conceitos e práticas da responsabilidade social foram devidos em grande parte pela existência das grandes crises económicas mundiais e sociais, causados pela intervenção da sociedade em manifestar e pressionar cujas ações levaram a criação de leis que disciplinassem os vícios económicos e pela necessidade de se estabelecer parâmetros de mudança (Carvalho, 2008).

A responsabilidade social não transcende apenas as atividades empresariais. Sendo percebida como obrigação de restabelecer e satisfazer os seus anseios ou dos outros como consequência de uma

atividade legal ou social, que passa pela reparação de um dano, logo, essas responsabilidades abrangem tanto as pessoas jurídicas quanto as pessoas físicas.

A responsabilidade social corporativa deve ser vista como uma forma plural de gestão da corporação, que leva em consideração os interesses das várias partes envolvidas ou afetadas pelo negócio (Bezerra, 2007).

Responsabilidade social corporativa anteriormente vista como um meio em que uma organização cumpre com as suas obrigações pelos danos causados no ambiente e na sociedade, atualmente é concebida como uma preocupação interna e externa em que as organizações vêm refletidas várias oportunidades e maneiras de diferenciar-se, não apenas para manter o lucro e sim na procura de sustentabilidade nas suas atividades.

Com a evolução das sociedades e da tecnologia, fizeram com que essa situação tenha um contorno diferente. Atualmente muitos conceitos e preconceitos tiveram que ser revistos e atualizados seguindo a dinâmica das sociedades, dando com isso a percepção de uma nova visão de responsabilidade social corporativa que alcança todos os Stakeholders.

A relação entre a empresa e a sociedade é um fator impulsionador de novas atitudes correlacionadas com questões éticas, qualidade e garantia dos produtos e serviços, proteção ambiental, entre outras situações que têm o objetivo de promover a cordialidade de relações com terceiros, capitalizando benefícios para a empresa (Carvalho, 2008).

Os desafios enfrentados hoje em dia pelo mundo do trabalho e preocupantes falhas éticas que sucedem, exigem uma abordagem mais ampla e aprimorada aos problemas éticos.

Os desafios se colocam no sentido da construção no interior da organização, uma ética independente, real e concreta na qual mostra que o direito a uma vida digna seja realizado através da garantia do sucesso a riqueza material e espiritual a todos.

RSC para os grupos de interesses

A literatura apresenta Eduard Freeman como o primeiro autor a apresentar de forma aberta e clara os conceitos de Stakeholders em 1984 com um artigo sobre as políticas da teoria de Stakeholders.

Stakeholders representa qualquer individuo ou um grupo que tem o poder de afetar o cumprimento dos objetivos de uma organização ou que pode ser afetado pelas decisões tomadas pela organização (Freeman, 1984).

Portanto, entende-se como Stakeholder como todo aquele individuo que direita ou indiretamente mantém uma relação com a empresa ou a sociedade em que a organização esteja localizada.

RSC para os acionistas

Os proprietários têm uma porção financeira da organização, na forma de ações ou quotas e esperam algum tipo de retorno por esta porção (Machado, 2002).

Sócios, acionistas ou proprietários são aqueles que criam e renascem um projeto, titulares de ações de uma empresa cujo interesse é o retorno e recompensações financeiras.

RSC para os colaboradores

Os empregados são os responsáveis pela produção, cuja função é submeter a sua força mental e física à disposição da produção e esperar a sua justa remuneração.

A empresa não deve preocupar-se apenas em atender as necessidades remuneratórias dos colaboradores, e sim garantir-lhes também melhores condições de trabalho, segurança, benefícios e outros elementos que proporcionam a motivação e o ambiente organizacional saudável.

RSC para os clientes

As empresas devem entender que a sua existência depende em grande parte dos clientes, porque são eles que garantem a sua sustentabilidade e o crescimento.

A sobrevivência de uma empresa depende da forma como os interesses dos clientes são atendidos e como os bens e serviços são proporcionados. A criação de valor é muito importante nessa relação entre a empresa e o cliente.

RSC para os fornecedores

Como um grande motor para o funcionamento de uma empresa, os fornecedores são aqueles que garantem a matéria-prima para a rotação da produção. Eles esperam que a sua relação seja de pura confiança e fidelidade.

A percepção do fornecedor como um Stakeholder é um elemento de grande importância porque revitaliza contratos e coloca-se a disposição para atender de forma positiva sempre que lhe for solicitado, proporcionando matéria de qualidade (Evan e Freeman, 1988).

RSC para a sociedade

Essa categoria abrange todas as pessoas que convivem com a empresa de alguma forma. São além das pessoas que moram perto da empresa, grupos formados por intelectuais, ambientalistas, sindicatos, pesquisadores, consumistas, humanistas e até mesmo os concorrentes da empresa (Rosa, 2015).

Os empresários não se preocupam apenas com a obtenção de lucros ou o seu próprio bem-estar, hoje existe um cuidado maior com o comportamento ético, social e ambiental (Santos, Benedito e Silva, 2017).

As empresas devem com isso pautar em atitudes ligadas as questões éticas e responsáveis, que garantem a proteção social e ambiental.

O marketing destinado para causas sociais pode ser considerado como um instrumento estratégico e de posicionamento que integra uma empresa ou marca a uma questão ou causa social relevante, que será revertida em benefício recíproco (Rolim, 2011).

Vantagem competitiva pode ser considerada como um conjunto de características que permitem a uma empresa ser diferente, ela precisa agregar valor para os clientes, diferenciando-se dos concorrentes a fim de obter vantagens no mercado (Rosa, 2015).

DESENVOLVIMENTO

Para a realização do presente artigo, analisando-se pelos seus objetivos, apresenta-se como uma pesquisa qualitativa, com enfoque bibliográfico. Pesquisa qualitativa entendida como um conjunto de técnicas que oferecem ao pesquisador a observação, descrição e decodificação de um fenômeno real com o objetivo de interpretar e exprimir o comportamento dos fenômenos na sociedade.

Foi usado o método científico de inquérito a través da técnica da entrevista. A eleição deste método foi motivada pela descrição de um fenômeno real para evidenciar o homem como um ser social em que quase tudo que faz influencia, direita ou indiretamente na sociedade, levando com isso, enunciar, formular, analisar ou criar a ética como uma arte de viver em sociedade que conduz o individuo a uma qualidade pessoal e coletiva.

Foi escolhida uma instituição de saúde localizada em Saurimo, Província da Lunda Sul, pela sua vez a clínica Nossa Senhora da Saúde. Para o efeito contou-se como entrevistada a Diretora Geral desta instituição a Dra. Carla Ferreira. A entrevista teve duração de uma hora, e as perguntas foram conduzidas pelo pesquisador deste trabalho. Com a permissão da entrevistada, a entrevista foi gravada.

A coleta de dados foi feita a partir de uma entrevista semiestruturada, com perguntas abertas, que foram representadas por um mapa que guiou o processo, constituído por um roteiro prévio que espelhava os assuntos a abordar sem a necessidade de seguir a ordem, dando ao entrevistador a liberdade de questionar sobre o que não está planejado.

Tabela 1

Roteiro de entrevista

Variáveis de entrevista	Fontes
Práticas condenáveis	Marcon, 2008
Imagen empresarial	Rosa, 2015; Carvalho, 2008
Consequências	Bondarik, Pilatti e Francisco, 2006
Princípios éticos	Bondarik, Pilatti e Francisco, 2006
Grupos de interesse	Machado, 2002
Benefícios	Bezerra, 2007
Proteção	Rosa, 2015
Impacto económico e financeiro	Back, 2015

Nota: esta tabela, apresenta um conjunto de fontes que foram utilizadas para a criação do roteiro de entrevista.

Mediante os instrumentos já referenciados, a análise dos dados depois de registados segundo as respostas obtidas, obedeceu um processo descritivo que passou na análise de conteúdo, cujo objetivo foi a extração das informações ou respostas nas mensagens analisadas.

Após a coleta dos dados e a sua análise, elaborou-se um relatório sintético onde focava os pontos de vista da entrevistada que será apresentado na secção dos resultados e discussão.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A continuação apresenta-se de forma sintética alguns resultados obtidos a partir da entrevista antes mencionada. Esperava-se identificar a extensão dos valores éticos, avaliação das práticas numa aplicação real.

Primeira pergunta: buscava perceber como é concebida a ética na nossa realidade. A entrevistada fez uma menção aprofundada desde as outras realidades vividas e a que esta inserida atualmente, onde focava-se mais na postura dos indivíduos, onde afirmava que:

Falarmos de ética e deontologia profissional na nossa realidade acho que é uma utopia, é crermos falar de alguma coisa que não é implementado como tal e extremamente difícil de lidar.

Segunda pergunta: se referia aos motivos ou motivações que levam as empresas tanto do sector público como do privado a optarem por situações pouco abonatórias na sociedade. A entrevistada apresenta um paradigma social e empresarial em que chama a razão de todos os intervenientes, onde foca a sua atenção nas responsabilidades de cada um dentro da empresa, sintetizando a resposta com a menção da dificuldade na gestão, da seguinte forma:

A nossa gestão carece de organização, mas a culpa não é só do gestor e sim da cadeia completa, quando o objetivo de cada um é o proveito próprio nós não conseguimos atingir os nossos objetivos que é cuidar um do outro.

Terceira pergunta: fazia menção aos benefícios que as empresas vão tendo quando se salvaguarda a satisfação dos colaboradores e dos clientes e os seus malefícios na atuação antiética. A entrevistada apresentou uma narrativa de que se os serviços estão bem organizados e a disposição do colaborador, ele sente-se realizado e capaz de prestar serviço com qualidade e com melhor eficiência, garantindo a satisfação do cliente.

Ao respeitar o cliente sabe-se que ele não é só de hoje, é de hoje, é de amanhã e depois, sendo ele um cliente de longa duração porque ele está satisfeito e todos nós conseguimos ganhar neste processo e ganhar não quer dizer apenas financeiramente, mas satisfação pessoal, satisfação profissional, satisfação do cliente e depois de tudo isso podemos falar de lucro.

Fez-se ainda uma menção ao posicionamento de alguns gestores e colaboradores, em que a entrevistada afirmava que se nota alguma mudança no sector privado, embora não sendo a desejável ou a ideal, mas nota-se alguma mudança em que melhor servir para melhor satisfazer.

As consequências de ações de uma empresa vista socialmente como antiética vão desde as multas pesadas, baixo índice de produtividade, pouco fluxo de clientes, clima organizacional desfavorável até a morte da própria empresa, ou seja, podem gerar problemas judiciais e punições legais, isso porque quem não cumpre ou negligencia os princípios éticos, poderá ser expulso pelas próprias leis de mercado.

Quarta pergunta: apresenta uma abordagem em que faz uma relação entre a ética e o lucro. É de facto um dos pontos mais importantes a serem apresentados e estudados, em que para além de garantir a sustentabilidade da própria empresa, torna-se uma condição importante para o bem-estar social.

A entrevistada afirmava: não há lucro duradouro e sustentável se não houver ética. O benefício financeiro não pode de forma alguma ser o nosso objetivo único. É o objetivo final, mas para se chegar a este objetivo final temos que ultrapassar todas as etapas e a dificuldades por forma a cumprirmos os pressupostos, normas e procedimentos.

Quinta pergunta: refletia-se nos grandes debates e conflitos e que por acaso são constantes, relacionados ao posicionamento de um economista e um ambientalista.

A entrevistada apresentava aqui uma dicotomia de que só há conflitos porque as pessoas não chegam a um entendimento, o mundo só tem conflitos porque as pessoas não falam. O mundo é de todos nós, o planeta é um bem comum e só será um bem comum para os nossos filhos, netos e bisnetos se fizermos alguma coisa. Ao chegarmos ao final do ano termos 100 mil ou 500 mil, não será significativo se nós destruirmos 1.000.000 de pessoas. O mundo deve ser viável para as próximas gerações.

A eficiência económica tem de depender de ações éticas e de responsabilidade social, com processos e procedimentos conseguiremos atingir objetivos eficazes e coerentes não só financeiramente, mas também ambientalmente. Se plantarmos todos uma árvore, produziríamos oxigénio, mas a verdade é que ter uma árvore significa limpar folhas, ter que regar e isso dá muito trabalho.

Sexta pergunta: postulava sobre o posicionamento do Estado concernente a criação das leis e o rigor da aplicação dela. Onde a entrevistada afirmava que as leis existem, mas não existe rigor na sua aplicação, isto porque os agentes controladores submetem-se a outros interesses e o não cumprimento das leis passou a ser algo normal.

A reflexão continua onde a entrevistada exemplificava de que no jogo de xadrez o trabalhador é um mero pião, ele atua segundo o querer do chefe, quando o colaborador faz asneiras, um chefe que está preocupado em organizar a sua empresa, chama atenção na primeira, na segunda e na terceira a próxima o substitui, mas quando isso não acontece quem é o negligente? É a direção.

Como reflexão a entrevistada deixou um conselho para as empresas que buscam primeiro o lucro e a satisfação pessoal em relação a satisfação do cliente.

Quando não se busca a satisfação do cliente, a esperança de vida de uma entidade é curta, por quê? Porque as pessoas fogem.

CONCLUSÕES

A revisão bibliográfica permitiu com que se pudesse identificar as consequências das ações éticas e antiéticas nos desempenhos económicos e financeiros das empresas, onde demonstrou que a ética empresarial abrange todos os processos da empresa, desde a sua sustentabilidade, imagem e produtividade.

A maneira como é vista atualmente a ética individual e organizacional, sugere que deve-se entender que o individuo ou a organização não é o salvador do mundo, mas que cada um precisa, dentro da procura do bem comum e dentro das suas responsabilidades fazer o melhor para que todos possam ter uma convivência saudável.

A coleta de dados permitiu medir a padronização dos procedimentos, permitindo com isso evidenciar a ética e responsabilidade social como um conjunto de processos que transformam o ser humano dando a ele ferramentas essenciais para perceber o certo e o errado com o intuito de garantir um bom convívio social e quando aplicados acarretam vários benefícios em todas as esferas como económicas, ambientais, sociais e legais.

Os resultados obtidos permitiram analisar os desafios da ética e responsabilidade social no desempenho económico e financeiro de uma empresa, bem como demonstraram que as consequências das ações antiéticas e irresponsáveis podem ser identificadas de várias formas, isso através dos impactos que a empresa vai tendo relacionados aos impactos judiciais, punições legais, impactos financeiros, impacto na reputação e imagem, impacto no clima organizacional, impacto no fluxo dos clientes, ocasionando a morte da própria empresa.

Essas situações negativas podem ser revertidas, para que isso aconteça, as práticas éticas e de responsabilidade social para além de serem vistas como uma obrigação das empresas, devem ser também percebidas como práticas voluntárias que vão além do que exige a lei, a sociedade e a economia.

A sobrevivência coloca às empresas uma urgente análise das atitudes e práticas éticas, desde a satisfação das necessidades dos clientes internos e externos, visto que nenhuma empresa sobreviveria estando inserido num clima de quebra ambiental, económico e social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aquino, T. (1943). *Summa Teológica, primeira parte. Indústria gráfica siqueira*. São Paulo.
- Aristóteles. (2014). *Ética a Nicómaco*. Tradução: Textos adicionais e Edson Bini. EDIPRO.
- Back, L. S. (2015). *Responsabilidade social corporativa em empresas de pequeno e médio porte: Fatores que influenciam a adoção de iniciativas de sustentabilidade*. [Dissertação de mestrado], Universidade católica do Rio Grande do Sul. www.univates.br
- Bezerra, R. B. (2007). *Responsabilidade social corporativa: Uma proposta metodológica para orientação de iniciativas*. [Dissertação de mestrado], Universidade federal de Rio de Janeiro. www.ppe.ufrj.br
- Bittencourt, R. N. (2019). Ética empresarial e responsabilidade no vórtice das estratégias de marketing social. *REVISTA EDUC*, 6 (1), 47-54.
- Bondarik, R.; Pilatti, L. A. & Francisco, A. C. (2006). Ética managerial: A ética nas organizações empresariais. *JOURNAL OF TECHNOLOGY MANAGEMENT & INNOVATION*, 1 (5), 69-75.
- Carvalho, R. A. (2008). *Ética empresarial e imagem institucional*. [Dissertação de mestrado], Universidade de Aveiro. www.ria.ua.pt
- Evan, W. & Freeman, E. (1988). A stakeholder theory of the modern corporation: Kantian capitalism.
- Freeman, E. (1984). The politics of stakeholder theory: Some future directions. *BUSINESS ETHICS QUARTERLY*, 4 (4), 409-421.
- Fritzen, J. F. (2013). *Ética na profissão contábil: Infrações, penalidades e responsabilidades inerentes aos profissionais de contabilidade*. [Trabalho de conclusão], Universidade federal do Rio Grande do Sul. www.lume.ufgs.br
- Haas, D. (2017). *Inteligência competitiva: Análise da concorrência para a especificação de operações de crédito no mercado financeiro*. [Monografia de bacharelato], Centro universitário univates. www.univates.br
- Kant, I. (2015). *Crítica da razão ética*. Tradução: Valério Rohden. Coleção folha. Grandes nomes de pensamentos. (1724-1804)
- Machado, C. A. P. (2002). *Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações: Um estudo multicasos*. [Tese de doutorado], Universidade de São Paulo. www.usp.br

Marcon, N. (2008). *A conduta ética na defesa da concorrência: abordagem sobre os valores morais entre executivos de uma grande empresa monopolista.* [Dissertação de mestrado], Fundação Getúlio Vargas. www.portal.fgv.br

Martins, N. M. F. (2019). *A evolução histórica da ética.*

Matela, J. F. A. (2016). *A influência da ética nas organizações: A mediação do clima ético nas relações de liderança com os resultados atitudinais dos colaboradores.* [Dissertação de mestrado], Instituto universitário de Lisboa. www.iscte-iul.pt

Oliveira, M. A. (2004). Ética hoje. Estudos de política e teoria social. *PRAIA VERMELHA*, 1 (11), 18-38.

Platão. (2008). Coleção: A obra-prima de cada autor. 2^a Edição. *A república.* Tradução: Pietro Nasseti.

Rolin, B. F. (2011). *A importância do marketing social para as organizações.* [Tese de graduação], Fundação educacional no município de Assis. www.fema.edu.br

Rosa, L. F.B. (2015). *Responsabilidade social:* Compromisso social ou estratégia para a empresa gredene. [Monografia de bacharel], Universidade do extremo sul catarinense. www.repositorio.unesc.net

Santos, A. P. P.; Benedito, D. Z. L. & Silva, E. L. (2017). Ética e responsabilidade social nas empresas: Um estudo bibliográfico. *EDUCAÇÃO, GESTÃO E SOCIEDADE*. 7 (26), 1-16.

Síntese curricular dos autores

Oriano Costa Chijica: Professor Diplomado do Ministério da Educação. Mestre em Auditoria e Gestão Empresarial pela Universidade Europeia do Atlântico, Espanha. Licenciado em Economia e Gestão pelo Instituto Superior Politécnico de Humanidades e Tecnologia – Ekuikui IIº Huambo.