



Revista Gestão Universitária na América

Latina - GUAL

E-ISSN: 1983-4535

revistagual@gmail.com

Universidade Federal de Santa Catarina

Brasil

Dalazen, Luciano Luiz; Vieira da Silva, Wesley; Del Corso, Jansen Maia; Deretti Lemes, Sandro
Valdecir; Ferreira Santos, Daniel

**PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES SOBRE OS PADRÕES ÉTICOS EM UMA INSTITUIÇÃO DE
ENSINO SUPERIOR**

Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL, vol. 7, núm. 3, septiembre, 2014, pp. 115-137
Universidade Federal de Santa Catarina
Santa Catarina, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=319332709008>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES SOBRE OS PADRÕES ÉTICOS EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR

PERCEPTION OF EMPLOYEES ON ETHICAL STANDARDS IN AN INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION

Luciano Luiz Dalazen, Mestrando
Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR
ldalazen@yahoo.com.br

Wesley Vieira da Silva, Doutor
Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR
wesley.vieira@pucpr.br

Jansen Maia Del Corso, Doutor
Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR
del.corso@pucpr.br

Sandro Valdecir Deretti Lemes, Doutorando
Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR
sandro.deretti@fafipar.br

Daniel Ferreira Santos, Mestre
Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR
danielsantos927@hotmail.com

Recebido em 17/fevereiro/2013
Aprovado em 28/julho/2014

Sistema de Avaliação: *Double Blind Review*



Esta obra está sob uma Licença Creative Commons Atribuição-Uso.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo avaliar a percepção dos colaboradores em termos de padrões de consciência ética numa Instituição de Ensino Superior vivenciados no cotidiano, pautando-se no modelo de Arruda e Navran (2000). Os procedimentos metodológicos utilizados neste trabalho são de natureza descritiva e de cunho quantitativo, cujo questionário utilizado foi caracterizado como estruturado, contendo 29 perguntas. Foram consultados 207 respondentes de um total de 1280 pessoas, que corresponde a 16,2% do universo pesquisado de nível hierárquico intermediário de uma instituição de ensino superior do Paraná. Os métodos de análise dos dados foram a estatística descritiva, análise factorial e análise de regressão linear. A estimativa para a análise de regressão linear mostra que as dimensões que mais impactam na variável dependente (percepção) são: chaves para o sucesso, consciência ética dos colaboradores, comunicação e negociação, cujos valores de probabilidade foram abaixo de 5% de significância estatística. Como resultados, o estudo revela que o clima ético nesta organização encontra-se em estágio significativamente acima da média proposta no modelo de análise, e sugerem que empresas que atuem de maneira pró-ativa em programa de responsabilidade social tendem a experimentar níveis mais elevados de comprometimento dos seus empregados.

Palavras Chave: Clima Ético. Indicadores. Clima Organizacional.

ABSTRACT

This research aims to assess the perception of employees in terms of standards of ethical consciousness in a private institution of higher education experienced in daily life, basing itself on the model of Arruda and Navran (2000). The methodological procedures used in this work are descriptive in nature and quantitative approach, whose questionnaire used was characterized as structured, containing 29 questions. Were consulted 207 respondents out of a total of 1280 people, which corresponds to 16.2% of the universe researched hierarchical level intermediary an institution of higher education of Paraná. Data analysis methods used was descriptive statistics, factorial analysis and linear regression analysis. The estimate for the linear regression analysis shows that the dimensions that most impact the dependent variable (perception) are: keys to success, ethical awareness of employees, communication and negotiation, whose probability values were below 5% statistical significance. As results, the study reveals that the ethical climate in this organization lies in stage significantly above average in the proposed study analysis model, and suggest that companies that act in a proactive way in social responsibility program tend to experience higher levels commitment of its employees.

Keywords: Ethical Environment. Indicators. Organizational Climate.

1 INTRODUÇÃO

A palavra Ética vem do grego *ethos*, que pode ser compreendida de forma análoga como “modo de ser” ou “caráter”, isto é, um modo de comportamento, que não corresponde a uma disposição natural, mas, que é adquirido ou conquistado por hábito e esse caráter não natural da maneira de ser o homem é o que confere a sua dimensão moral (VÁZQUEZ, 2002).

Percebe-se na última década um interesse por parte de pesquisadores acerca da temática “comportamento antiético” exibido nas organizações. Grandes corporações como a Enron, WorldCom e Tyco, reforçaram a atenção do público para os perigos inerentes às práticas comerciais vistas como antiéticas. No Brasil os estudos nessa mesma direção ainda são incipientes, o que o torna relevante sob o ponto de vista acadêmico e prático, justificando assim a sua realização.

Na visão de Chanlat (1992) a ética pode ser definida como uma doutrina que determina as regras de ação, sendo indissociável a toda a atividade humana, aonde todas as sociedades e todos os indivíduos vão se habituando, em diferentes graus, a lidar com a ética.

Nesse sentido, a cultura e o clima organizacional construído coletivamente, pelas crenças e pelos valores refinados no relacionamento social, caso não ocorra dentro dos procedimentos aceitáveis pelo pensamento administrativo, estarão sempre a denunciar disfunções e comportamentos não éticos nos negócios.

Para uma instituição de natureza educativa é salutar o conhecimento do patamar ético em que seus objetivos estão sendo alcançados e em que nível a sua organização e controle se situam, não só por questão de sobrevivência, como também, para o desenvolvimento de novas formas de gestão, e para que sempre obtenha vantagens competitivas, de forma ética, com o aval de todos os colaboradores.

Notadamente que ao optar pela adoção de comportamento que norteie a ética organizacional, os gestores estão fazendo com que os seus subordinados se sintam protegidos e não enganados. Dessa forma, encontra-se inserida a ética empresarial, uma vez que ela encontra-se calcada em padrões e princípios que orientam o comportamento e as relações no universo das empresas e de seus negócios, estabelecendo o que é certo ou errado, o justo ou o injusto.

Para Chanlat (1992) o cotidiano das organizações, e mais comumente as relações sociais observadas nelas, repousam sobre valores. Tais valores, sejam implícitos ou explícitos, vão definir as regras de ação que inspirarão os julgamentos e as condutas. Nenhuma iteração

humana escapa de uma forma ou de outra ao domínio dessas regras, pois elas definem os imperativos normativos de ação. Logo, as relações humanas põem em jogo regras que não são todas de ordem econômica. Todavia, sob pressão de cunho econômico surgem atitudes, maneiras de ser e de fazer que inquietem numerosos observadores.

Destaca-se que, paralelamente, acima os valores de mercado devem prevalecer princípios formativos e antigos hábitos tais como: honestidade, lealdade e honradez visando amenizar a força das ações conjunturais sobre as estruturas e deixando de prevalecer estratégias, concorrências e artimanhas indeléveis na formação do brasileiro.

Assim, a justificativa para a realização dessa pesquisa torna-se relevante em função do fato de que discussões envolvendo aspectos éticos na gestão das organizações estejam veiculadas pela academia, mediante publicações de pesquisas sobre tal temática, uma vez que as pesquisas científicas têm como finalidade a produção de conhecimento, e as publicações dos resultados das investigações, independentemente da área abordada, possibilitando a difusão comunicativa da ciência.

O clima ético indica o nível de consciência ética dos colaboradores da empresa que pode estar diretamente relacionado com o reconhecimento da dimensão ética das decisões, e geração de alternativas e o desenvolvimento cognitivo moral de seus membros (FERREL; FRAEDRICH; FERREL, 2001).

Victor e Cullen (1988) consideram que o clima ético de uma organização refere-se às percepções sobre as práticas da mesma que possuem um conteúdo ético. Assim, o clima ético seria um constructo multidimensional que identifica o sistema normativo numa organização, guiando as decisões e as respostas diante de situações envolvendo dilemas éticos. Neste mesmo conceito é que se baseará a presente pesquisa.

O objetivo desta pesquisa é avaliar a percepção por parte dos colaboradores em termos de padrões de consciência ética numa Instituição de Ensino Superior do Paraná vivenciados no cotidiano, pautando-se no modelo de (ARRUDA; NAVRAN, 2000).

Assim, essa pesquisa busca responder ao seguinte questionamento: qual a dimensão que é mais percebida no modelo de Arruda e Navran (2000) por parte dos colaboradores de uma Instituição de Ensino Superior em relação aos padrões éticos?

A pesquisa encontra-se estruturada em cinco seções que podem ser descritas da seguinte forma: a primeira refere-se a parte introdutória; a segunda diz respeito ao referencial teórico; a terceira trata da metodologia utilizada na pesquisa; a quarta diz respeito a

apresentação e análise dos dados e a quinta traz as considerações finais, limitações e recomendações para trabalhos futuros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico usado neste trabalho tem por objetivo fundamentar a construção do conhecimento proposto e dar suporte aos resultados empíricos das estimativas.

2.1 A ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES

Uma organização é definida como ética quando estabelece equilíbrio aceitável entre seus interesses econômicos e os interesses dos demais afetados, conquistando o respeito dos seus *stakeholders* ao atender as suas expectativas naquilo que seja diretamente relacionado a responsabilidade social, envolvimento em atividades, práticas políticas e comportamentos.

A ética estuda a moral, o dever fazer, a qualificação do bem e do mal, a melhor forma de agir coletivamente. Avalia os costumes e diz quais ações morais são moralmente válidas e quais não, tende a estabelecer os princípios de valorização e condução da vida. No que diz respeito à ética dentro das empresas, existem duas vertentes em questão: a ética pessoal e a ética empresarial (MONTEIRO, SANTO e BONACINA, 2005). Percebe-se atualmente que os objetivos dos administradores nas suas organizações possuem uma estreita ligação com a ética, como princípio norteador da sua conduta profissional, dado que as informações geradas por parte desse agente econômico pode influenciar na tomada de decisão daqueles que delas fazem uso, logo, devem retratar de forma fidedigna a situação econômica e financeira da organização que está gerindo.

Transferetti, (2010) define a ética como necessária para regular e manter em harmonia a convivência humana, devendo ser incluída nos atos, passos e preceitos das pessoas. Para Anher (2009) pode-se associar naturalmente ética a restrições externas que limitam a liberdade das pessoas, por ser relacionada a algo transmitido por uma autoridade com o poder de castigar, como por exemplo, Deus, os pais, o chefe ou a lei.

Outra ideia recorrente a respeito da ética empresarial é que ela se centraliza em ações de indivíduos, que é orientada para a solução de problemas, que esses tendem a ser extraordinários e a ocorrer esporadicamente, em ocasiões de pressão ou tentação incomuns. Ainda segundo esse conceito, devido à natureza incomum, os problemas éticos constituem responsabilidade da alta gestão na concepção de (AGUILAR, 1996).

Cabe destacar que a distinção entre padrões morais e não morais não podem ser visto como algo simples, uma vez que esses padrões são múltiplos no espaço e dinâmicos no tempo. Berger e Luckman (2002) mostram que os padrões morais podem ser conceituados como uma construção social da realidade, ao espelhar a coletividade que os constrói e cultiva.

Victor e Cullen (1988) definem ambiente de trabalho ético como sendo "as percepções prevalecentes de práticas organizacionais típicas e procedimentos que têm conteúdo ético". Logo, o clima pode ser visto como um conjunto de características gerais da organização que afeta grandes decisões que às vezes é referido como cultura organizacional.

A ética organizacional está relacionada com as reflexões ou mesmo indagações acerca dos costumes e da moral, isto é, visa esclarecer qual a moral vigente nas organizações. Muito se têm a ganhar as organizações que institucionalizam orientações efetivamente partilhadas sobre os seus membros ou que convencionam valores que foram previamente negociados. As normas de comportamento derivam dessas providências. Para Srour (2000), a reflexão ética torna-se um instrumento de trabalho simbólico: intervém de maneira útil no *modus operandi* das organizações e contribui para moldar sua identidade corporativa.

Leisinger e Schmitt (2001) relatam que a ética organizacional reflete sobre as normas e valores efetivamente dominantes em uma organização. Num sentido mais abrangente, ela se baseia na ideia de um contrato social onde os membros se comportam de maneira harmoniosa, levando em conta os interesses dos outros.

No contexto descrito anteriormente, pode-se considerar como desejáveis todas as condições em que uma organização possa criar para aumentar e não diminuir a vida das pessoas em todas as suas dimensões. Nesse sentido, isso exigiria por parte dos gestores, que se leve em consideração o lado humanitário na organização, sem que se despreze a eficiência, mas se inclua também a responsabilidade e o compromisso.

Para Transferetti (2010) o conceito de ética voltada para o meio empresarial é algo ainda recente no meio acadêmico, uma vez que os trabalhos voltados nesse campo do conhecimento surgiram somente a partir dos anos 1960, dado à necessidade de uma reflexão e questionamento institucional. A grande dificuldade da aplicação dos princípios éticos é o cotidiano comercial, influenciado diretamente pela competição, visando êxito nas transações com o objetivo de lucro.

Na pesquisa desenvolvida por Appelbaum, Deguire e Lay (2005) envolvendo aspectos éticos nas organizações, os autores perceberam claramente em seus estudos que os problemas

de natureza ética e de desvio de comportamento nas organizações, tornaram-se uma grande preocupação para as organizações uma vez que eles devem ser mensurados e ao mesmo tempo direcionar esforços para serem resolvidos, valendo-se da promoção de culturas éticas positivas fortes.

Observa-se que as organizações além de darem uma atenção especial às responsabilidades econômicas e legais devem também se preocupar com as responsabilidades éticas, morais e sociais. Não basta apenas que as organizações assumam as responsabilidades daquilo que estão fazendo em termos de desenvolvimento do campo ético, é necessário prestar contas à sociedade. Esse comportamento deve ser espontâneo e não apenas fruto de resposta a pressões externas. Elas (as organizações) devem ter consciência natural para multiplicar as suas ações nos âmbitos econômico, social e ambiental.

2.2 A RELAÇÃO ENTRE A MORAL E A ÉTICA

A sociedade é compreendida a partir de todas as relações humanas, sem possuir limites ou confins demarcativos, apresentando comportamentos bons ou maus identificados pelos conceitos éticos e morais.

Ao longo do tempo, não tem sido uniforme a utilização das terminologias ética e moral, muitas vezes os termos são empregados como sinônimos, outras vezes, com diferentes significados. Na visão de Rezende (2006) a ética, refere-se a uma expressão de origem grega entendida como interioridade do ato que, na concepção do dicionário Ferreira (1999), refere-se ao feminino substantivado derivado do adjetivo ético, aplicada no estudo dos juízos de apreciação que se refere à conduta humana susceptível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, seja relativo a determinada sociedade, seja de modo absoluto para qualquer tempo e lugar, quer para grupo e/ou pessoa. A moral, é uma terminologia de origem latina, no sentido substantivo implica em codificação de regras, leis, normas, valores e motivações que governam o agir e a conduta humana.

Assim, quando se diz que um determinado indivíduo não possui ética, significa dizer que ela “não possui princípios, age oportunisticamente consoante as vantagens que possa auferir”. De outro modo, quando se diz que essa pessoa não possui moral, significa dizer que ela “não possui virtudes, mente, engana clientes, rouba dinheiro público, explora trabalhadores, faz violência em casa”. Essa pessoa pode ter ética, mas age de maneira

contrária aos seus princípios. Mas, “quem define o que seja ético e moral para a morada humana?”.

Nesse contexto, a ética se caracteriza como a ciência que investiga a moral. Neste caso, não foi encontrado na ética uma norma de ação para cada situação concreta. O problema de como agir de maneira a que a sua conduta seja boa, ou seja, moralmente valiosa pertence à moral. A ética, de outro modo, se preocupa com os problemas mais gerais de caráter teórico, como definir a essência da moral, sua origem, as condições objetivas e subjetivas do ato moral e as fontes de avaliação moral.

Na visão de Vazquez, (1985) a ética pode ser visto como “a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade. Ou seja, refere-se a ciência de uma forma específica do comportamento humano”. Tal definição sublinha o caráter científico da ética; isto é, corresponde à necessidade de uma abordagem científica dos problemas morais.

Valls (1996) evidencia em seu trabalho as contradições enfrentadas pelos indivíduos no que tange as decisões onde envolvam dilemas éticos. Nesse sentido, ele descreve que:

(...) a ética preocupa-se com as formas humanas de resolver as contradições entre necessidade e possibilidade, entre tempo e eternidade, entre o individual e o social, entre o econômico e o moral, entre o corporal e o psíquico, entre o natural e o cultural e entre a inteligência e a vontade (VALLS, 1996, p. 48).

A moral, por sua vez, pode ser definida por Velasquez (1998) como sendo: “padrões que um indivíduo ou grupo têm acerca do que é certo ou errado, bom ou mau”. A ética, portanto, segundo esse mesmo autor, tem como objetivo desenvolver um corpo de padrões morais que a sociedade, após refletir sobre situações e questões concretas, decide que são justificáveis.

Discutir ética e moral, em qualquer área onde o comportamento humano esteja presente nos dias de hoje, apresenta-se como um grande desafio para os pesquisadores. No que tange a área educacional, o desafio proporciona proporções ampliadas. Isso se deve à própria complexidade do processo de formação das pessoas que trabalham na área educacional, já que parte-se da suposição de que a abordagem técnico-intelectual e instrumental seja mais apurada.

2.3 MENSURAÇÃO DO CLIMA ÉTICO PELO MODELO DE NAVRAN

Pode-se definir o clima ético organizacional como sendo um conceito de natureza psicológica referente às percepções desenvolvidas pelos indivíduos em relação ao ambiente em que trabalham.

Para Arruda e Navran (2000) o princípio básico do modelo de Navran é o da congruência ou consistência: a pessoa, individualmente, e a organização são mais eficientes quando há congruência entre os valores e as crenças a respeito de como o trabalho deve ser feito e as expectativas e exigências da organização em relação ao sucesso. Ao conjunto de expectativas percebidas e exigidas é denominado clima ético.

Arruda e Navran (2000) relatam que desde o ano de 1998 o Centro de Estudos Éticos nas Organizações (CENE) vinculados a EAESP/FGV em parceira com o *Ethics Resource Center*, em Washington, está sendo um trabalho visando a construção e aplicação de um indicador para a mensuração do nível ético das empresas.

Chaves e Chaves P. (2006) mostram que o trabalho desenvolvido por Navran pode ser visto como pertinente e adequado ao desenvolvimento das empresas em relação à ética, para o caso brasileiro. Salienta-se que o que chama mais atenção desse modelo refere-se ao princípio básico de congruência ou convergência. Nesse contexto, quando uma empresa consegue trabalhar unindo valores e crenças acerca de como o trabalho deve ser realizado, bem como as expectativas e exigências da organização em relação ao sucesso e a produção, consequentemente, ela tem mais eficiência.

Ressalta-se ainda que o clima ético de uma organização é a base para a tomada de uma grande faixa de decisões, ou seja, possui uma relação com aquilo de deva ou não ser feito pautando-se nas obrigações morais das organizações.

Arruda e Navran (2000) relatam que a muito tempo tem defendido que o comportamento moral e ético não pode se resumir a características individuais: deve ser entendido sempre num contexto social. Prova disso está no fato de que, à medida que as exigências das organizações divergem das expectativas e ações individuais dos empregados, surge um conflito que favorece a tomada de atitudes não-éticas por parte dos mesmos, baseadas nos seus próprios valores.

A aplicação do modelo de Arruda e Navran (2000), para mensurar e comparar o clima ético e o grau de eticidade das organizações, não somente se justifica pela busca dos resultados do setor, mas também, em função da tentativa de compreender como em centros de

excelência do saber andam expectativas e percepções dos empregados e como se ajustam a congruência e consistência, dentro dessas organizações.

Visando ajudar na descrição da percepção dos funcionários sobre o clima ético organizacional, Arruda e Navran (2000) desenvolveram e testaram o seu instrumento de mensuração do clima ético, mesmo não chegando a publicar o artigo à época de sua criação. O instrumento desenvolvido visava dentre outros aspectos:

- a) Esclarecer os gestores a respeito das suas equipes, de seus departamentos ou de outros grupos da empresa;
- b) Levantar resultados de consistência ética dentro de dez dimensões do clima ético;
- c) Identificar opções de resposta da empresa, na busca por melhor consistência ética, conforme pode ser visualizado no Quadro 1.

Indicador	Elementos de Investigação ou Perguntas (P)
Sistemas Formais	P1: Na IES existem orientações claras escritas (manual, folheto, mural ou quadro afixado) de como me comportar no ambiente de trabalho? P2: Quando aparece algum problema no trabalho eu resolvo do mesmo jeito que qualquer outro funcionário da IES resolveria? P3: A IES logo percebe e tenta corrigir quando algum funcionário não age como ela orienta?.
Mensuração	P4: A IES identifica e valoriza o funcionário que age como ela orienta?; P5: A IES sempre me comunica quando não estou indo bem em algo (pontualidade, desleixo, irresponsabilidade etc.)?; P6: A IES sempre avalia como estou no trabalho em relação a um período anterior?.
Liderança	P7: Meu chefe (responsável, diretor) se comporta exatamente como a IES orienta?; P8: Se eu quiser saber como devo me comportar na IES basta observar como meu chefe (responsável, diretor) se comporta?; P9: Meu chefe (responsável, diretor) é uma pessoa sincera, honesta e justa?.
Negociação	P10: Quando a IES negocia prazos, compromissos, distribuição de tarefas e recursos com os funcionários sempre as duas partes saem ganhando?; P11: Os funcionários da IES são muito unidos, tanto é que sempre que aparece algum problema todos conseguem entrar em acordo para resolvê-lo?.
Expectativas	P12: Quando a IES contrata alguém novo, deixa claro o que vai exigir?; P13: Na IES todos os funcionários têm a mesma chance de crescer, sem favoritismo?; P14: A IES oferece ajuda ou formação a quem não está fazendo seu trabalho direito?.
Consistência	P15: Eu sei como me comportar porque sempre a empresa se comporta do mesmo jeito?; P16: A IES nunca mudou seu jeito de ser e agir, mesmo se para fazer o certo tem prejuízos?; P17: Para a IES, o que era certo ou errado ontem continua sendo certo ou errado ainda hoje?.
Chaves para o Sucesso	P18: Na IES as pessoas são mais importantes que os produtos?; P19: Para a IES, oferecer boas condições de trabalho aos funcionários é muito importante, pois todos ficam satisfeitos?.

	P20: As ideias e iniciativas dos funcionários são reconhecidas e valorizadas pela IES?.
Serviço ao Cliente	P21: Eu realmente "visto a camisa" da IES. Além de trabalhar aqui, faço propaganda dela por onde ando?; P22: A IES trata bem seus clientes e fornecedores da mesma forma que trata os funcionários?.
Comunicação	P23: OS gerentes da IES têm a preocupação de comunicar as regras da empresa a todos os seus membros?; P24: Todos os funcionários da IES conhecem bem as normas da empresa, sabem como seguir estas normas e como serão punidos se agirem contra elas?; P25: Quando os trabalhadores não compreendem alguma norma de conduta ou alguma técnica de trabalho, os gerentes estão prontos a esclarecer?.
Influência dos Pares	P26: OS funcionários da IES contam com o apoio dos colegas em qualquer situação?; P27: A IES incentiva as lideranças entre o grupo de funcionários? P28: Se eu quiser saber como devo me comportar basta observar os meus colegas?.
Consciência Ética	P29: A IES cuida para que não ocorram problemas dentro da empresa, como suborno e assédio sexual?.

Quadro 1 Indicadores e Medidas de Clima Ético

Fonte: Costa (2008).

Bock (1997) mostra que as dimensões para mensurar o clima ético organizacional podem incluir ainda outras dimensões como justiça, afiliação e inovação, que possuem efeitos significativos acerca do comportamento de compartilhamento e conhecimento.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A mensuração de clima ético proposta por Navran prioriza os indicadores de natureza organizacional. Assim, a metodologia utilizada nesse trabalho faz alusão a caracterização da pesquisa, bem como a coleta e o tratamento dos dados coletados.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Esta pesquisa pode ser caracterizada como um estudo de caráter descritivo que estabelece relações entre variáveis a partir de características de um fenômeno ou realizado em uma Instituição de Ensino Superior do Estado do Paraná.

A abordagem da pesquisa é de natureza quantitativa, valendo-se do uso das estatísticas descritiva. Segundo Fachin (2005) o método estatístico se baseia em informações quantitativas para avaliar as propriedades reais dos indivíduos de uma população a partir de uma amostra da mesma.

No que refere-se a natureza da pesquisa, é de natureza aplicada. Esta modalidade de pesquisa promove resultados práticos visíveis em termos econômicos ou de mercado além do

conhecimento em pesquisa acadêmica básica, que não promove tais resultados, ao menos, não diretamente (SCHWARTAZMAN, 1979).

Quanto aos procedimentos técnicos, para investigação, serão utilizadas as pesquisas do tipo, bibliográfica e a *survey* que é uma pesquisa onde busca informação diretamente com um grupo de interesse a respeito dos dados que se deseja obter.

3.2 COLETA E TRATAMENTO DOS DADOS

A população desse estudo refere-se a todos os funcionários formalmente contratados do nível hierárquico intermediário que corresponde a um total de 1.280 pessoas, conforme informação do setor de recursos humanos da Instituição de Ensino Superior Privada do Estado do Paraná para avaliar as práticas organizacionais do ponto de vista ético.

O processo de amostragem utilizado nesta pesquisa pode ser caracterizado como não probabilístico por acessibilidade, onde a escala usada foi adaptada de *likert* variando de 1 até 7, valendo-se das assertivas: discordo totalmente (1), discordo muito (2), discordo moderadamente (3), nem concordo nem discordo (4), concordo moderadamente (5), concordo muito (6) e concordo totalmente (7).

Esta pesquisa segue o mesmo critério ético adotado por Arruda, Navran, (2000) onde consideram que: valores situados entre os escores 1 até 3, diz respeito ao *clima ético insatisfatório*. Valores situados entre os escores 4 até 5 são caracterizados como *clima ético médio* e os valores situados entre os escores 6 e 7 denotam um *clima ético bom ou excelente*.

Antes de utilizar definitivamente o questionário estruturado, foi conduzido um pré-teste junto a 26 funcionários com o objetivo de averiguar se as assertivas foram bem estruturadas. Os funcionários que responderam e avaliaram os questionários, em geral, manifestaram opinião de que o mesmo tinha um baixo grau de dificuldade, com o tempo médio de resposta variando entre 10 e 15 minutos.

As métricas utilizadas na análise dos dados coletados referem-se a análise exploratória dos dados além da Análise Fatorial Confirmatória que foi utilizada com o objetivo confirmar estatisticamente cada um dos dimensões usado na avaliação do clima ético organizacional.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção tem-se a apresentação e análise dos dados realizada por meio de métricas estatísticas univariadas e multivariadas. Inicialmente traça-se o perfil dos respondentes.

Posteriormente tem-se a análise descritiva dos dados coletados por meio de estatísticas univariadas. Em seguida a pesquisa traz a validação interna do instrumento de pesquisa e posteriormente tem-se a análise fatorial dos dados.

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

A amostra total dessa pesquisa é composta de 207 respondentes, formalmente vinculados a IES pesquisada, sendo a sua grande maioria do gênero feminino, perfazendo um total de 67,1% enquanto o público masculino corresponde a 32,9%. Os entrevistados em sua maioria possuem uma faixa etária situada entre 20 e 29 anos e corresponde aproximadamente a 45,4% dos pesquisados, sendo que 44,4% são casados e 42,5% são solteiros.

Quanto à escolaridade dos respondentes 38,6% possui nível superior completo e que o vínculo empregatício formal dos colaboradores, em sua maioria, situa-se entre 6 e 9 anos. A religião predominante na amostra coletada é de católicos, com um total de 60,9%, e aproximadamente 75,4% dos pesquisados declararam ser de cor branca.

4.2 ANÁLISE DESCRIPTIVA DOS DADOS COLETADOS

Após a breve descrição do perfil dos respondentes, procederam-se as estimativas das estatísticas descritivas, a saber: média de cada variável e de cada constructo, mediana, desvio padrão e coeficiente de variabilidade. Os resultados para as estatísticas descritivas encontram-se evidenciadas na Tabela 1.

Tabela 1 Estatísticas Descritivas do Indicador de Clima Ético Organizacional

Dimensões de Clima Ético	Perguntas	Média	DesvPad	Variância	C. V.	Média das Dimensões	DesvPad das Dimensões	C.V. das dimensões
1. Sistemas Formais	P1	4,029	1,706	2,912	42,35%	4,51	1,672	37,06%
	P2	5,338	1,766	3,118	33,08%			
	P3	4,164	1,543	2,381	37,05%			
2. Mensuração	P4	4,106	1,726	2,979	42,03%	4,525	1,684	37,22%
	P5	4,957	1,641	2,692	33,10%			
	P6	4,512	1,686	2,843	37,37%			
3. Liderança	P7	5,377	1,562	2,440	29,05%	5,206	1,614	31,01%
	P8	4,778	1,817	3,300	38,02%			
	P9	5,464	1,464	2,143	26,79%			
4. Negociação	PIO	4,188	1,585	2,513	37,85%	3,901	1,604	41,13%
	P11	3,614	1,624	2,636	44,93%			
5. Expectativas	P12	5,019	1,57	2,466	31,28%	4,222	1,714	40,59%
	P13	3,546	1,932	3,735	54,50%			
	P14	4,101	1,638	2,684	39,94%			
6. Consistência	P15	4,396	1,35	1,823	30,71%	4,006	1,449	36,18%

	P16	3,787	1,446	2,091	38,18%			
	P17	3,836	1,552	2,410	40,47%			
	P18	4,348	1,676	2,810	38,56%			
	P19	4,329	1,732	2,998	40,00%			
	P20	4,106	1,573	2,474	38,31%			
7. Chaves para o Sucesso	P21	5,483	1,417	2,008	25,85%			
	P22	4,58	1,479	2,187	32,29%			
	P23	4,986	1,489	2,218	29,87%			
9. Comunicação	P24	5,077	3,384	11,45	66,65%			
	P25	5,29	1,308	1,712	24,73%			
10. Influência dos Pares	P26	4,357	1,6	2,561	36,72%			
	P27	4,251	1,572	2,471	36,97%			
	P28	3,072	1,514	2,291	49,26%			
11. Consciência Ética	P29	5,063	1,613	2,603	31,87%			
						4,261	1,66	38,97%
						5,031	1,448	28,78%
						5,118	2,061	40,26%
						3,894	1,562	40,11%
						5,063	1,613	31,87%

Fonte: Os Autores. Nota: C.V.: Coeficiente de Variação

Percebem-se por meio da Tabela 1 as estimativas das estatísticas de cada constructo considerando o somatório dos valores e sua respectiva divisão pelo número de ocorrências. No caso de valores muito discrepantes, utilizou-se o desvio padrão com o objetivo de avaliar se existem valores aberrantes acima de dois desvios padrão para que fosse caracterizado como um *outlier*.

A estimativa para as médias globais foi igual a 4,52, enquanto que o desvio padrão para as médias globais situou-se em torno de 1,64, o que possibilitou o discernimento acerca da dispersão sobre as respostas individuais dos grupos analisados.

No que tange a estimativa do coeficiente de variabilidade, este foi encontrado ao dividir o valor da média aritmética de cada constructo pelo respectivo desvio padrão, tendo posteriormente a sua multiplicação por 100 de forma a se obter o percentual de variância ocorrida no indicador ético.

Nesse sentido, quanto menor forem os valores encontrados para o coeficiente de variabilidade, mais coerente e consistente entre si serão as respostas declaradas. Contrariamente, quanto maior for o percentual encontrado para o coeficiente de variação, maior também será inconsistência e incoerência na emissão das respostas, o que se traduz por falta de homogeneidade das respostas.

Observando individualmente os indicadores éticos de Navran, pautando-se na média geral de cada dimensão e seu respectivo coeficiente de variação, percebeu-se que a minoria das dimensões situou-se abaixo de quatro. Todos os indicadores tiveram a sua pontuação acima desse valor.

Notadamente que ao comparar com a pontuação de número quatro, parte-se do pressuposto de que ela sirva como um delimitador de extremos, uma vez que refere-se a um valor que demonstra certa indiferença em seu enunciado.

Percebe ainda que os indicadores com maiores média foram: Liderança, cujo valor foi igual a 5,206, Comunicação, com um valor médio igual a 5,118, Consciência Ética, com a pontuação média igual a 5,063 e Serviço ao Cliente, com média igual 5,031, respectivamente.

No que diz respeito à medida de variação relativa (coeficiente de variação), disposta na Tabela 1, percebeu-se que as dimensões que obtiveram maior variabilidade foram: Negociação, com um valor igual a 41,13%, seguido de Expectativas, com 40,59%, Comunicação, com um valor de 40,26% e Influência dos Pares, com uma variação igual a 40,11%, respectivamente. Esses valores demonstram uma divergência de percepções por parte dos colaboradores avaliados. Contrariamente, os indicadores com maiores consistência em termos de respostas referem-se ao Serviço ao Cliente e Consciência Ética.

4.3 ANÁLISE DA CONSISTÊNCIA INTERNA DO INSTRUMENTO

Após a análise descritiva dos dados coletados, procedeu-se a avaliação da confiabilidade do instrumento de pesquisa por meio do coeficiente Alfa de *Cronbach*, onde se busca resultados de uma escala fidedigna (FREITAS, OLIVEIRA, *et al.*, 2000).

Uma vez que o coeficiente Alfa de *Cronbach* prevê que os itens de escala sejam unidimensionais caso todos estes itens sejam igualmente correlacionados (ANDERSON E GERBING, 1988), tendendo a ser uma medida “inflada” pela forma como trata as variâncias dos erros associadas aos indicadores Finn (2000) optou-se, nesta pesquisa, estimar a confiabilidade composta ou confiabilidade de dimensão, além da variância extraída.

Ressalta-se que as medidas foram calculadas para cada dimensão a partir das cargas padronizadas bem como dos erros de mensuração das variáveis. Como critério para a confiabilidade composta, valores iguais ou superiores a 0,70 foram aceitáveis. Para a variância extraída, há a orientação de que os valores devem exceder 0,50 conforme sugerem (GARVER e MENTZER, 1999; HAIR JR, 1998).

Procedeu-se a estimativa do coeficiente Alfa de *Cronbach* a partir do pacote estatístico SPSS. O valor estimado para tal coeficiente foi igual a 0,916, indicando uma boa consistência interna do instrumento de pesquisa, dado que Avrichir e Dewes, (2006) mostram que esse valor deve ser superior a 0,70.

A importância do processo de validação segundo Raymundo (2009) não se exaure, ao contrário, pressupõe continuidade e deve ser repetido inúmeras vezes para o mesmo instrumento. Valida-se não propriamente o teste, mas, a interpretação dos dados decorrentes de um procedimento específico.

4.4 ESTIMATIVA DA ANÁLISE FATORIAL

Para a utilização da técnica de análise fatorial estimaram-se inicialmente os seguintes coeficientes: KMO (índice de Kaiser, Meyer, Olkin), *Bartlett's Test of Sphericity* e anti-image para a matriz de correlação, fator de extração com *Eigenvalues* acima de 1, rotação *varimax* além da estatística de análise de correlação linear, conforme recomendado por (FIELD, 2009).

O resultado das estimativas para a análise fatorial indicou existência de 10 fatores com valores de KMO = 0,895 evidenciando que a técnica de análise fatorial é adequada para ser aplicada aos dados da presente pesquisa. O teste de hipóteses de esfericidade de *Barlett* encontrou-se um valor de probabilidade igual a 0,000, sendo inferior ao nível de significância de 0,05, o que leva a rejeição da hipótese nula de que a matriz de correlações seja uma matriz identidade, mostrando a existência de correlação entre as variáveis. Cabe salientar que o número de dimensões foi definido, *a priori*, pautando-se no estudo desenvolvido por Arruda e Navran (2000).

Visando validar o modelo estimado, com suas respectivas dimensões, é fundamental, que se proceda à validação individual das dimensões, tal como preconizam Garver e Mentzer (1999); Hair Jr (1998) e Kline (2005). Ressalta-se que a validação individual das dimensões foi analisada a sua unidimensionalidade, a validade convergente e a validade discriminante das dimensões.

Destaca-se que, para a aferição e análise da unidimensionalidade, utilizou-se o método de componentes principais com rotação ortogonal *varimax* para cada construto, minimizando o número de variáveis com cargas altas sobre um fator (MALHOTRA, 2006) por meio da maximização do quadrado das variâncias das cargas dos fatores Johnson e Wichern (1992), o que evidencia que a matriz de correlações é adequada à técnica de análise escolhida e que os construtos são formados por um único fator.

A Tabela 2 mostra as estimativas para confiabilidade composta e variância extraída para cada dimensão.

Tabela 2 Estimativas da Análise Fatorial

Dimensões de Clima Ético	Cargas Fatoriais Após a Rotação Varimax										Alfa Cronbach	Variância Explícada	KMO
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Sistemas Formais	0,775										0,710	62,53%	0,603
	0,745												
	0,648												
Mensuração		0,833									0,718	63,52%	0,649
		0,812											
		0,724											
Liderança			0,891								0,841	76,55%	0,726
			0,871										
			0,863										
Negociação				0,596							0,777	70,28%	0,531
				0,595									
Expectativas					0,835						0,717	63,80%	0,666
					0,790								
					0,770								
Consistência						0,836					0,728	69,51%	0,621
						0,773							
						0,699							
Chaves para o Sucesso							0,867				0,810	72,53%	0,710
							0,859						
							0,828						
Serviço ao Cliente								0,862			0,711	74,32%	0,510
								0,861					
Comunicação									0,784		0,732	72,94%	0,703
									0,737				
									0,655				
Influência dos Pares										0,810	0,782	61,15%	0,661
										0,776			
										0,759			

Fonte: Os Autores.

Observam-se os resultados dispostos na Tabela 2 que os valores estimados para o KMO foram superiores a 0,50, para todas as dimensões, o que leva a conclusão de que o uso da técnica de análise fatorial é adequado. Em todos os casos, os valores estimados para o Alfa de Cronbach foram superiores a 0,70, levando-se a conclusão da presença de validade construto e de que há consistência interna no instrumento.

Veja que as dimensões com maior poder explicativo foi a liderança, com uma variância explicada igual a 76,55%, seguido de serviço ao cliente com uma variância explicada igual a 74,32% e a comunicação, cuja variabilidade explicada foi igual a 72,94%.

Avaliou-se ainda a não existência de multicolinearidade e singularidade entre as variáveis. Percebeu-se que todas as medidas estatísticas atestam a fatorabilidade da matriz R. Além disso, a confiabilidade e o poder discriminativo da escala foram examinados a partir da

reliability analyses e com a utilização do SPSSwin 20. Apesar de ser uma escala de 5 pontos, a escala provou ter alta confiabilidade e alto poder discriminativo.

4.5 ESTIMATIVA DA ANÁLISE DE REGRESSÃO LINEAR

Visando avaliar o impacto das dimensões apresentadas no modelo de Arruda e Navran (2000) e o nível de Consciência Ética dos colaboradores da organização pesquisada, estimou-se o modelo de regressão linear múltipla, procurando averiguar quais das dimensões mais impactavam nesse nível de consciência dos respondentes.

Assim, estimaram-se os parâmetros da regressão linear múltipla visado averiguar qual o impacto das dimensões apresentadas por Arruda e Navran (2000) na variável dependente Consciência Ética (CE). Ressalta-se o fato de que a variável dependente escolhida ter sido a consciência ética em razão dela não ter sido definido no modelo de Navran, uma vez que ela foi criada no Brasil visando avaliar questões mais características da região Arruda e Navran (2000). Os resultados da regressão estimada encontram-se na Tabela 3.

Tabela 3 Estimativa da Análise de Regressão Linear Múltipla

Dimensões	Parâmetros	Erro padrão	t-student	Pr > t
Intercepto	5,077	0,089	57,112	< 0,0001
Sistemas Formais	0,132	0,129	1,023	0,308
Mensuração	0,016	0,142	0,114	0,909
Liderança	0,030	0,111	0,275	0,784
Negociação	-0,248	0,125	-1,982	0,049
Expectativas	0,109	0,151	0,718	0,473
Consistência	-0,066	0,112	-0,588	0,557
Chaves para o Sucesso	0,499	0,151	3,308	0,001
Serviço ao Cliente	0,111	0,113	0,977	0,330
Comunicação	0,270	0,114	2,379	0,018
Influência dos Pares	0,182	0,125	1,447	0,149

Nota: Variável Dependente: Consciência Ética dos Colaboradores

Percebe-se com base nas estimativas dispostas na Tabela 3 que a regressão linear é estatisticamente significativa, mediante ao teste de hipóteses de ANOVA ($F = 9,909$; $gl = 10$; $p = 0,0001$). O valor do R^2 ajustado (coeficiente de determinação ou explicação ajustado aos graus de liberdade) foi igual a 30,19%, sendo considerado baixo em termos estatísticos e interpretado da seguinte forma: a variabilidade nas variáveis independentes explicam até 30,19% do constructo Consciência Ética.

Além disso, o valor da estatística Durbin-Watson (DW) que avalia a presença ou não de autocorrelação serial de primeira ordem, foi igual a 2,072, representando um valor que mostra a ausência dessa anomalia.

As estimativas para os parâmetros do modelo de regressão linear evidenciam um valor de probabilidade abaixo da significância estatística, sendo inferior a 5%, nas seguintes variáveis: intercepto, chaves para o sucesso, comunicação e negociação, respectivamente. Percebe-se assim que existe um relacionamento positivo entre as seguintes dimensões: chaves para o sucesso e nível de consciência ética dos colaboradores da instituição avaliada. Neste caso, pode-se concluir que a valorização pessoal aliada as boas condições de trabalho, além da iniciativa dos funcionários, tornam-se práticas atrativas aos olhos dos respondentes.

Nota-se ainda que existe um relacionamento positivo entre o construto comunicação e o nível de consciência ética dos colaboradores da organização. Neste caso, pode-se afirmar que os gestores procuram comunicar a todos os colaboradores o regimento da organização, os funcionários, por sua vez, procuram seguir fielmente aquelas normas passadas e, caso não compreendam, os gestores nessa organização buscam esclarecer as normas aos colaboradores.

Por fim, o valor estimado para a relação entre negociação e nível de consciência ética dos colaboradores foi negativo, o que pode se deduzir que os funcionários não percebem tanta união na resolução dos problemas internos, além da elevada rotatividade dos funcionários da referida instituição analisada.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

Esta pesquisa teve como objetivo avaliar a percepção por parte dos colaboradores em termos de padrões de consciência ética numa instituição de ensino superior privada do Paraná vivenciados no cotidiano, pautando-se no modelo de (ARRUDA; NAVRAN, 2000).

Os valores apresentados na análise descritiva dos dados para as estimativas da percepção média e desvios padrão das dimensões analisadas encontram-se evidenciados na Figura 1.

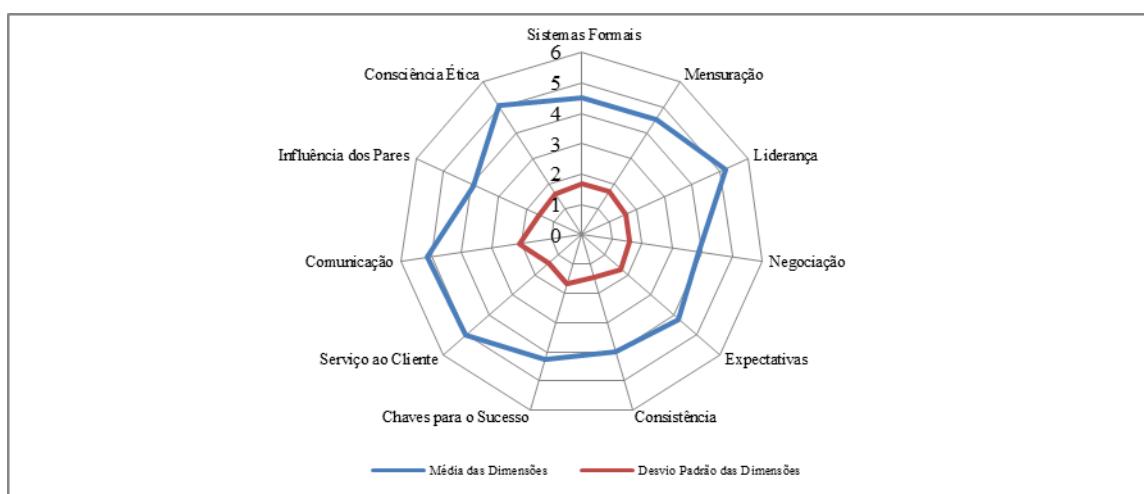


Figura 1 Comportamento da Percepção Média e Desvios Padrão das Dimensões Avaliadas

Observou-se à luz da Figura 1 que todas as dimensões analisadas tiveram seus valores superiores à média. Assim, verifica-se na escala de valores utilizada de sete pontos, que os colaborados avaliaram o clima ético geral desta organização como sendo acima da média, uma vez que o seu valor situou-se entre 4 e 5.

Ao verificar os indicadores individualmente são apontados como elementos principais: a liderança, cujo valor foi igual a 5,206; a comunicação, com um valor médio igual a 5,118; a consciência ética, com a pontuação média igual a 5,063 e serviço ao cliente, com média igual 5,031, respectivamente.

No que diz respeito aos resultados obtidos para a análise fatorial, observou-se que as três dimensões que tinham maiores variâncias explicadas foram, respectivamente: liderança, serviço ao cliente e comunicação. Ressalta-se que para a amostra investigada pelo coeficiente Alfa de *Cronbach* estimado, há boa consistência interna do instrumento de pesquisa.

A estimativa para a análise de regressão linear mostra que as dimensões que mais impactam na variável dependente consciência ética dos colaboradores foram: chaves para o sucesso, seguido de comunicação e negociação, cujos valores de probabilidade foram abaixo de 5% de significância estatística.

Em relação ao problema de pesquisa apontado na introdução do trabalho, onde se indaga: qual a dimensão que é mais percebida no modelo de Arruda e Navran (2000) por parte dos colaboradores de uma Instituição de Ensino Superior em relação aos padrões éticos? Esta foi respondida, na medida em que a técnica de análise fatorial estimou o percentual de variância explicada de cada dimensão investigada.

Os resultados obtidos nessa pesquisa permitirão aos gestores construir um indicador para avaliar a percepção dos colaboradores desta instituição de ensino superior sobre a gestão ética da organização em relação aos seus *stakeholders*.

Em relação às estimativas para o clima ético esta organização encontra-se em estágio significativamente acima da média, corroborando resultados do estudo de Maignan, Ferrel, *et al.* (1999) onde sugerem que empresas que atuem de maneira pró-ativa em programa de responsabilidade social tendem a experimentar níveis mais elevados de comprometimento dos seus empregados.

Como limitação deste trabalho pode-se citar o processo de amostragem não probabilístico por adesão por parte dos colaboradores, que acaba prejudicando de certa maneira a capacidade de generalização dos seus resultados.

Outra limitação da pesquisa refere-se ao fato de que o instrumento de pesquisa possui caráter experimental. Ainda que tenham sido utilizados métodos para o seu desenvolvimento, com a realização de um teste piloto, há sempre oportunidades para aprimoramento em sua coerência interna.

Sugere-se para o desenvolvimento de estudos futuros o uso dessa mesma temática desenvolvida de forma aprofundada, procurando desvendar a existência de padrões dentro de cada grupo de colaboradores, pautando-se nos seus perfis, de modo que as empresas possam empreender esforços no sentido de aprimorar a ética entre os colegas e *stakeholders* e, fazendo com que esses conceitos sejam resistentes ao logo do tempo.

REFERÊNCIAS

AGUILAR, F. J. ÉTICAS AS EMPRESAS. São Paulo: Jorge Zahar, 1996.

ANDERSON, J. C.; GERBING, D. W. Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. **Psychological Bulletin**, 103, 1988. 411-423.

ANHER, G. ÉTICA NOS NEGÓCIOS. 1^a. ed. Rio de Janeiro: Paulinas, 2009.

APPELBAUM, S. H.; DEGUIRE, K. J.; LAY, M. The relationship of ethical climate to deviant workplace behaviour. **Corporate governance**, 5, 2005. 43-55.

ARRUDA, M. C. C. D.; NAVRAN, F. Indicadores de clima ético nas empresas. **Revista de administração de empresas**, São Paulo, 40, jul/set 2000. 26-35.

AVRICHIR, I.; DEWES, F. Construção e validação de um instrumento de avaliação do desempenho docente. **Encontro anual da associação nacional dos programas de pós-graduação em administração - ANPAD**, Salvador, 2006.

BERGER, P. L.; LUCKMAN, T. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. 21^a. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BOCK, A. M. B. Formação do psicólogo: Um debate a partir do significado do fenômeno psicológico. **Psicologia ciência e profissão**, 2, n. 17, 1997. 37-42.

CHANLAT, J. F. **O individuo na organização: dimensões esquecidas**. São Paulo: Atlas, 1992.

CHAVES; CHAVES, P. S. V. Clima ético e Economia de comunhão: estudo de caso, Fortaleza, 2006.

FACHIN, O. **Fundamentos de metodologia**. 4^a. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

FERREIRA, A. B. H. *Aurélio século XXI*: o dicionário da Língua Portuguesa. 3. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FERREL, O. C.; FRAEDRICH, J.; FERREL, L. **Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos**. 2^a. ed. Rio de Janeiro: Reichmann e Affonso Editores, 2001.

FIELD, A. **Discovering statistics using SPSS (in portuguese)**. 2^a. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

FINN, A. Are marketers deluding themselves with reported Coefficient Alphas? **Rethinking Marketing Research Track**, November 2000. Paper submitted for possible presentation at EMAC 2001.

FREITAS, H. et al. O método de pesquisa survey. **Revista de administração da USP**, São Paulo, 35, n. 3, jul/set 2000. 105-112.

GARVER, M. S.; MENTZER, J. T. Logistics research methods: Employing structural equation modeling to test for construct validity. **Journal of Business Logistics**, 20, n. 1, 1999. 33-58.

HAIR JR, J. F. . E. A. **Multivariate Data Analysis**. [S.l.]: Prentice Hall, 1998.

JOHNSON, R. A.; WICHERN, D. W. **Applied Multivariate Statistical Analysis**. [S.l.]: Pearson Prentice Hall, 1992. 395 p.

KLINE, R. B. **Principles and practice of structural equation modeling**. 2^a. ed. New York: The Guildford Press, 2005.

LEISINGER, K.; SCHIMMITT, K. **Ética empresarial**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MAIGNAN, I. et al. "Corporate Citizenship: Cultural Antecedents and Business Benefits". **Journal of the Academy of Marketing Science**, 27, 1999. 455-469.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**. 4^a. ed. Porto alegre: Bookman, 2006.

MONTEIRO, J. K.; SANTO, F. C. E.; BONACINA, F. Valore, Ética e Julgamento Moral: Um estudo exploratório de empresas familiares. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, 2, 2005. 237-246.

RAYMUNDO, V. P. Construção e validação de instrumentos: um desafio para a psicolinguística. **Letras de Hoje**, v. 44, n. 3, p. 86-93, 2009.

REZENDE, M. B. Ética e Moral. **Revista Paranaense de Medicina**, 20, 2006.

SCHWARTAZMAN, S. www.Schwartzman.org.br, 1979. Disponível em: <www.Schwartzman.org.br/simon/acad_ap.htm>. Acesso em: 01 junho 2013.

SROUR, R. H. **Ética empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

TRANSFERETTI, J. A. **Ética e responsabilidade social**. 3^a. ed. São Paulo: Alinea, 2010.

VALLS, Á. **O que é ética**. 9^a. ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.

VAZQUEZ, A. S. **Ética**. 8^a. ed. Rio de Janeiro: Civilização Barsileira, 1985.

VÁZQUEZ, S. **Ética**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

VELASQUEZ, M. G. **Business ethics: concepts and cases**. 4^a. ed. New Jersey: Prentice Hall, inc, 1998.

VICTOR, B.; CULLEN, J. B. The organizational bases of ethical work climates. **Administrative Science Quarterly**, 33, 1988. 101-125.