



ConBRepro

X CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO



EVENTO
ON-LINE

02 a 04
de dezembro 2020

A Importância da Ética e a Interface em Compliance de uma Empresa no Ramo de Comércio de Equipamentos Agrícolas: Um Diagnóstico

Jaqueline Fonseca Rodrigues, MSc.

Engenharia de Produção – UTFPR

Eduardo Kopplin Carvalho

Administração - FASF

João Luiz Kovaleski, Dr.

Engenharia de Produção – UTFPR

Regina Negri Pagani, Dr^a

Engenharia de Produção – UTFPR

Resumo: Tem-se percebido que independente do porte ou do ramo de atividade de atuação empresarial, a possibilidade de haver falhas ou fraudes pode inclusive acarretar um processo de descontinuidade da organização. Diante desse cenário, buscando garantir certo grau de transparência no cenário de atuação, além de maior grau de confiabilidade das informações apresentadas, passar a existir o “compliance”. Deste modo, em função da relevância e atualidade do assunto no contexto empresarial, a referida pesquisa teve como objetivo geral: diagnosticar as ferramentas utilizadas na aplicação e divulgação de normas éticas nos setores administrativo e comercial de uma empresa no ramo de equipamentos agrícolas. Especificamente buscou-se: Investigar o entendimento dos colaboradores sobre o definição da área e importância de sua atuação; Apresentar os principais autores pertinentes ao assunto, tanto do campo científico quanto do campo empresarial, através da revisão bibliográfica específica; Examinar o valor do profissional com conhecimento de compliance nas empresas; e Estudar as principais táticas de compliance decisivas para adequadas práticas de gestão. Metodologicamente a pesquisa é aplicada, descritiva, exploratória, quali-quantitativa, tendo como sujeitos de pesquisa 10 (dez) colaboradores na empresa pesquisada, através de um estudo de caso. Os resultados levam a crer que o perfil etário aliado ao nível de amadurecimento, conforme os dados encontrados neste estudo, possuem força na percepção moral e no condicionamento para “condutas” de transgressão através de atalhos, podendo ocorrer a transgressão de normativas na busca de concretizarem seus objetivos. Conclui-se que a natureza deste estudo, caracterizado por debates conceituais e metodológicos, induziu a compor uma admissível lista de investigações e direções para novas análises, além das análises estatísticas estudadas (gênero, idade e grau de instrução) e a percepção moral.

Palavras-chaves: Fraude, Compliance, Ética, Código de Conduta.

The Importance of Ethics and the Compliance Interface of a Company in the Agricultural Equipment Trade Business: A Diagnosis

Abstract: It has been realized that regardless of the size or the business activity, the possible existence of failures or fraud can even cause bankruptcy. In view of this scenario, in order to ensure transparency to the market and greater fidelity to the information provided, compliance emerges. In view of the need to design a sector that is committed to guaranteeing companies' adherence to systematic monitoring of rules and legislation applicable to the business segment and the enterprise as a whole. Therefore, due to the prominence of the topic in the business environment today, the present work had the general objective: to diagnose the tools used in the application and dissemination of ethical standards in the administrative and commercial sectors of a company in the field of agricultural equipment. Specifically, we sought to: Investigate the perception of employees about the meaning of the area and the relevance of their performance; Identify the main published articles related to the theme, both scientific and business, through a specialized literature review; Investigate the importance of the compliance professional in organizations; Clarify the main differences and boundaries of compliance with other management areas (emphasizing the most common such as: auditing, internal and legal controls); Research the main compliance strategies that determine good management practices. The compliance function was analyzed by deepening the discussion of the topic and clarifying the main attributions and good practices related to management found in the literature. Methodologically the research is applied, descriptive, exploratory, qualitative and quantitative, with 10 (ten) collaborators in the researched company as research subjects. The results lead to believe that the age profile combined with the degree of maturity, according to the data found in this study, have strength in the moral perception and in the conditioning for transgression "conducts" through shortcuts, and the transgression of norms in the search to materialize may occur. your goals. It is concluded that the nature of this study, characterized by conceptual and methodological debates, induced to compose an admissible list of investigations and directions for new analyzes, in addition to the statistical analyzes studied (gender, age and education level) and moral perception.

Keywords: Fraud, Compliance, Ethic, Code of conduct.

1. Introdução

O combate à fraude e corrupção através de boas práticas de governança corporativa tem sido associado à noção de responsabilidade social empresarial.

Assim, o décimo princípio do Pacto Global das Nações Unidas estabelece que “as empresas devem combater a corrupção envolve todas as suas formas, incluindo extorsão e propina” (CGU, 2009, p.6).

Não obstante o valor que emerge do combate à fraude e corrupção como necessidade que se justifica por si, acrescenta-se o impacto econômico da corrupção reconhecidamente relevante (ABRAMO, 2005), cuja mensuração pode sensibilizar a sociedade para a magnitude desse problema. Fraude e corrupção atingem o desenvolvimento econômico provocando ineficiência e incentivos errados para investimentos, desestimulando a população na busca pelo bem comum, gerando altos custos sociais e políticos (SPECK, 2000).

A fraude não é exclusiva da utilização de bens públicos, pois aflige de modo global as organizações como um todo, incluindo as de cunho privado, evidenciado nos resultados financeiros apresentados pelas mesmas.

Se fraudes podem gerar perdas às organizações, devem enfrentar o risco (qualquer ameaça que um evento ou ação — interna ou externa — dificulte ou impeça a organização de atingir seus objetivos). A organização está sujeita a diversos riscos associados às

fraudes, como de mercado, financeiro, estratégicos, entre outros, e, para os objetivos do presente trabalho, consideraremos apenas o risco operacional que implica tanto em riscos internos resultantes de processos e sistemas vulneráveis e pessoas inadequadas como em riscos externos — ambos necessitam de normas, procedimentos e controles.

Os riscos operacionais podem ser derivados de fraudes internas; fraudes externas; demandas trabalhistas e segurança deficiente do local de trabalho; práticas inadequadas relativas a clientes, produtos e serviços; danos a ativos físicos próprios ou em uso pela instituição; interrupção das atividades da instituição; falhas em sistemas de tecnologia da informação; falhas na execução, cumprimento de prazos e gerenciamento das atividades na instituição (MANZI, 2008). O escopo desse trabalho limita-se às fraudes internas; ou seja, aquelas cometidas dentro das organizações privadas. A gestão dos riscos preserva a imagem corporativa interna e externamente, tenta reduzir a possibilidade de fraudes geradas internamente, pode proporcionar um ambiente mais protegido e com características éticas, gerando certa elevação da eficácia organizacional.

Dentre as alternativas de suavizar esses riscos, tem-se o uso de ferramentas de compliance, terminologia anglo-saxão, que se originou do verbo to comply, cuja definição é estar em conformidade e fazer cumprir regulamentos internos e externos. Na visão de Morais (2005), o termo Compliance é a obrigação do ato de cumprir, de encontrar-se em conformidade, colocando em prática regulamentos de ordem interna e externa atribuídos às atividades da organizacionais. A utilização de: código de ética, código de conduta, canal de denúncia, inserção de controles internos, processos internos de divulgação de assuntos pertinentes à corrupção, análise de aderência ética dos trabalhadores e companheiros comerciais são utilizadas de forma crescente pelas empresas no sentido de suavizar fraudes internas (CHERMAN; TOMEI, 2005).

Através desse ângulo, debater “compliance” é buscar a compreensão entre os processos naturais e o dinamismo que pode ocorrer envolvendo “fraude” e “corrupção” nas empresas. Quando se fala em “conduta” conforme a preceito (compliance) ou “conduta corrupta”, pode-se relatar a visão de várias situações, podendo ser ocasionada pelas circunstâncias.

Segundo Morin (2003):

Tomando-a pela epistemologia complexa, considerando-se que nela cabe a incerteza e contradições internas, não há expectativas quanto a um código binário bem/mal, justo/injusto, mas antes, considera-se “somente a moral que contempla o conflito ou a incompatibilidade das suas exigências, ou seja, uma moral inacabada, frágil como o ser humano, problemática, em combate, em movimento como o próprio ser humano” (MORIN, 2003, p.59).

Ainda que se considere a fraude como um acontecimento complicado, o que obriga o estudo de privar-se da vontade de conhecer todas as suas razões, pelo motivo de ser considerada uma dinâmica não linear; esta propriedade que lhe confere aptidão de mudança a cada ocasião que é observada, mesmo assim, “toda dinâmica é uma dinâmica, visto que não se repete, porém, nota-se que em toda dinâmica que não se reproduz há componentes repetitivos.

Na visão de Demo (2002, p. 27): “a ciência tenta penetrar no fenômeno por essa porta, o que, por vezes, não lhe permite passar do umbral.”

A utilização da ideia da “escala da fraude” foi escolhida como escopo do apresentado nesse estudo na busca de seguir um exemplo de aproximação de padrões simplificados da dinâmica da fraude, onde pode-se observar que ocorre a fraude quando o indivíduo é influenciado por sua percepção ética, pressão situacional na qual se encontra e

oportunidade para o cometimento da fraude. Desse modo, uma das formas de atenuar este risco é a utilização de instrumentos de compliance, cujo sentido geral é atuar conforme um preceito, um pedido, um comando, ou seja, é a necessidade de cumprimento de um dever, encontrar-se em conformidade, através do cumprimento de regulamentos internos e externos impostos às atividades empresariais. (SANTOS, 2011).

Diante do exposto questiona-se: Como as normas éticas são aplicadas e divulgadas no setor administrativo e comercial de uma empresa no ramo de equipamentos agrícolas na cidade de Ponta Grossa-Pr.?

O objetivo geral do presente estudo é diagnosticar as ferramentas utilizadas na aplicação e divulgação de normas éticas nos setores administrativo e comercial de uma empresa no ramo de equipamentos agrícolas. Especificamente buscou-se: Investigar o entendimento dos colaboradores sobre o definição da área e importância de sua atuação; Apresentar os principais autores pertinentes ao assunto, tanto do campo científico quanto do campo empresarial, através da revisão bibliográfica específica; Examinar o valor do profissional com conhecimento de compliance nas empresas; e Estudar as principais táticas de compliance decisivas para adequadas práticas de gestão.

Nota-se que já há várias pesquisas voltada a temática Compliance e Ética nas empresas do Brasil, alterando consideravelmente um conceito que era visto apenas nas mídias Internacionais. Casos relacionados às diversas formas de fraudes internas e externas, praticadas individualmente ou por organizações, além dos erros cometidos por funcionários em instituições. Sabemos de forma a evitar e minimizar os efeitos destes atos é que em alguns casos, podem atingir a imagem da empresa gerando desconforto e, em última instância, até a descontinuidade dos negócios e, com isso, sérios reflexos na sociedade, as autoridades competentes buscam minimizar os diversos riscos envolvidos através de leis e regulamentos.

O interesse na realização desta pesquisa é verificar os aspectos que trazem desafios singulares, tais como as dificuldades em se fazer uma gestão adequada e garantir não apenas que normas internas sejam observadas, mas conseguir determinar quais normas devem prevalecer.

A pesquisa tem como público alvo um determinado grupo de pessoas do setor administrativo e comercial de uma no ramo de equipamentos agrícolas na cidade de Ponta Grossa – PR.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 FRAUDE

De acordo com a definição apresentada no Dicionário Online de Português, fraude seria o mesmo que: Logro; falsificação de produtos, documentos, marcas etc.; qualquer ação ilícita, desonesta, ardilosa que busca enganar ou ludibriar alguém.

Afastando-se da definição desprovida de rigor técnico antes apresentada, apresenta-se o conceito de Sá e Hoog (2005, p.19), os quais asseguram que “a fraude é um ato doloso cometido de forma premeditada, planejada, com a finalidade de obter proveito com o prejuízo de terceiros”.

Complementando o citado, Iudícibus (2003) descreve o conceito de fraude contábil assegurando que:

[...] ela significa enganar os outros em benefício próprio. Pode ser roubo, desfalque, estelionato, falsificação etc. Por exemplo, falsificação de documentos, apropriação indevida de bens, cálculos errados. (IUDÍCIBUS, 2003, p.111).

Nota-se, nas definições e conceituações expostas, que os autores citados induzem à ideia de: perda da confiança, aproveitamento, enganação e sonegação; deste modo, pode-se conceituar fraude como sendo algum meio utilizado por um indivíduo com o propósito da obtenção de vantagem injusta sobre outro indivíduo, seja por ação ou omissão, consistindo em intenção de dolo ou culpa.

Conforme Micklethwait (2003), as fraudes fazem parte do mundo corporativo das negociações e das empresas no decorrer de longos tempos, colaborando até mesmo para o desenvolvimento de determinadas organizações por meio de “falcatrua, regalias exclusivas, ilegitimidade, grosserias, coerção, suborno, corrupção, intimidação, espionagem e terror ostensivo”

2.1.1 Modalidades

Pode-se dizer que as fraudes tendem a ser gerenciais ou contra as organizações. Para esse estudo abordou-se apenas as fraudes contra a empresa.

De acordo com Attie (1992, p.215), a fraude adota múltiplas modalidades que podem ser divididas em:

- Não - encobertas: são aquelas que o autor não considera necessário mascarar, porque o controle interno é muito fraco. Um exemplo seria a retirada de dinheiro do caixa, sem se efetuar nenhuma contabilização;
- Encobertas temporariamente: são feitas sem afetar os registros contábeis; por exemplo, retirar dinheiro proveniente das cobranças, omitindo o registro delas de modo que seu montante possa ser coberto com o registro de cobranças posteriores, e assim sucessivamente; e
- Encobertas permanentemente: nesses casos, os autores da irregularidade preocupam-se em alterar a informação contida nos registros e outros arquivos, para assim ocultar a irregularidade. Por exemplo, a retirada indevida de dinheiro recebido de clientes poderia ser encoberta, falsificando-se as somas dos registros de cobranças; porém, isto não bastaria, pois, como o valor a creditar aos clientes não poderia ser alterado com o risco de futuras reclamações, deve-se procurar outro artifício.

2.2 COMPLIANCE

A etimologia da palavra compliance advém do latim complete e o seu significado relaciona-se a atuar conforme as normas. Em inglês o verbo “to comply” foi utilizado com pioneirismo pelos norte-americanos na área financeira para expressar a necessidade de regulamentação nas relações comerciais. (CARDOSO, 2015, p. 37).

Assim, o termo é aplicado com o significado de cumprir, executar, atender a algo imposto. Segundo Blok (2017, p. 2): “no sentido de conformidade ou de cumprimento da norma respeitando as regulamentações internas e externas que lhe são indispensáveis à execução das tarefas realizadas”.

Ainda sobre o assunto, Ito (2016, p. 14) diz que o compliance corresponde a: “Uma ferramenta que garante o efetivo cumprimento das normas, regras e regulamentos pela organização em qualquer dos seus setores, seja contábil, ambiental ou tributário”.

O compliance auxilia na prevenção de erros da administração, bem como na responsabilidade civil e criminal dos dirigentes, o que preserva a integridade, tanto corporativa como criminal, seja dos sócios, conselheiros, executivos e gestores, sendo um fator aliado à qualidade e rapidez para interpretar os regulamentos e aplicação correta da legislação, o que faz compreender as exigências do Estado para precaver a incidência de multas e encargos. (SILVA e COVAC, 2015).

Compliance se origina do inglês “to comply”, onde quer dizer satisfazer, cumprir, e realizar, sendo assim, o significado mais apropriado ao termo Compliance seria conformidade. O termo é o conjunto a fim de cumprir e se fazer cumprir a normas legais e regulamentares, as políticas estabelecidas por algum tipo de negócio e para as atividades de alguma organização no que tange o presente artigo.

Compliance, dentro dos conhecimentos de Manzi (2008), como o “ato de cumprir, de estar em conformidade e executar regulamentos internos e externos, impostos às atividades da instituição, buscando mitigar o risco atrelado à reputação e ao regulatório/legal.” (MANZI, 2008, p.15).

Os autores Candeloro, De Rizzo e Pinho (2012), definem o termo como:

Um conjunto de regras, padrões, procedimentos éticos e legais que, uma vez definido e implantado, será a linha mestra que orientará o comportamento da instituição no mercado em que atua, bem como as atitudes de seus funcionários; um instrumento capaz de controlar o risco de imagem e o risco legal, os chamados ‘riscos de compliance’, a que se sujeitam as instituições no curso de suas atividades. (CANDELORO, DE RIZZO e PINHO, 2012, p.30)

Quando se fala em compliance está-se referindo aos sistemas de controle internos que servem para proporcionar maior segurança à empresa quanto às suas análises econômico-financeiras, possibilitar uma atuação correta e adequada no meio em que atua, proteger contra os riscos de corrupção e fraudes em processos licitatórios ou demais relações com entidades governamentais, elaborar e atualizar normas internas que estejam em harmonia com a filosofia da companhia e garantir que sejam conhecidas e cumpridas por todos.

Compliance passou a ser um fator diferencial de competitividade nas organizações, pois o mercado valoriza a transparência, ética nas suas interações econômicas e sociais. Para Manzi (2008) é possível criar uma vantagem competitiva quando a organização agrega valor para a governança corporativa por meio de ferramentas de Compliance que procuram se adequar às melhores práticas do mercado.

Conforme Manzi (2008), são elementos fundamentais de um programa de Compliance: desenvolver código de ética da organização; desenvolver os profissionais na capacidade de lidar com dilemas éticos; criar canais de identificação de condutas não éticas e possibilitar a discussão de dilemas éticos.

A gestão deve ser disseminadora dessa cultura, a qual denomina-se Compliance, dentro da organização, refletindo assim nas ações dos funcionários. Entretanto é recomendável que exista um gestor de Compliance, o qual terá a função de estruturar o desenvolvimento de Compliance para toda a organização. Essa função ou área, dependendo da demanda, da organização será responsável por verificar se as atividades e produtos da organização estão em conformidade com as leis; prever, mitigar e tratar riscos de não aderência as normas internas; difundir o conhecimento de Compliance para toda a organização; fortalecer a cultura de controles internos; e reportar os assuntos ligados ao Compliance e ética para a alta gestão da organização (MANZI, 2008).

Discutir compliance é compreender a natureza e a dinâmica da corrupção e fraude nas organizações, independentemente do seu ramo de atividades.

2.3 ÉTICA

O termo “ética” é genuinamente originário do grego ethos, constitui um montante de hábitos, costumes e valores de uma determinada sociedade ou cultura (MARCONDES, 2009).

O lucro a qualquer custo é a realidade de muitas empresas, até mesmo se puder consegui-lo através do prejuízo da concorrência ou de seus próprios clientes. Neste competitivo

mundo empresarial as considerações éticas são as primeiras a perder o valor. No entanto, uma nova realidade vem ganhando força, a exigência por partes dos clientes quando procuram produtos ou serviços de qualidade atrelados a ética e que atuem com responsabilidade social e ambiental.

A ética nunca foi tão discutida e exigida como na atualidade. Isso porque, esta é a era da globalização, da informação e da transparência nas relações. É preciso, pois, saber distinguir aquilo que se pode fazer fisicamente daquilo que se deve fazer eticamente. Isto é, nem tudo o que é possível ser feito é ético. (ARRUDA; WHITAKER e RAMOS, 2017).

Com este entendimento, líderes empresariais observaram que a ética passou a ser um fator de competitividade. Conseqüentemente, a preocupação em adotar padrões éticos para as suas organizações é latente. Logo, os integrantes das organizações passam a ser analisados por meio da conduta por eles praticadas, tendo como fundamento um conjunto de princípios e valores. (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2017).

Os Códigos de Ética e de Conduta estão entre as principais ferramentas do compliance para promover a valorização das empresas, aumentando a credibilidade com os stakeholders, que acabam por fidelizar e estreitar o relacionamento. Com isso, é possível evitar falhas, tomar decisões em conformidade com as normas por ele previstas, em concordância com os padrões éticos e culturais. (BLOK, 2017). Enfim, a gestão empresarial que utiliza a implementação de boas práticas através de um regulamento interno, ou seja, um Código de Ética, diminuiu consideravelmente a possibilidade de lesão à corporação, por prática de uma má conduta. (BENEDETTI, 2014, p. 87).

Logo, percebe-se que para a implementação do compliance em uma empresa, há um conjunto de ferramentas que possibilitam sua aplicação como a governança corporativa.

2.4 CÓDIGO DE CONDUTA

Percebe-se que com o passar dos tempos a necessidade da criação de um instrumento que mensurasse a efetivação dos princípios, a visão e missão da empresa.

Diante do contexto apresentado, Alves (2005, p.29) ressalta que o código de conduta pode ser interpretado atualmente como um meio das empresas manterem os padrões de conduta julgados necessários à continuidade de sua boa reputação junto à sociedade, sendo estabelecidos padrões normativos, que possam ser levados em conta quando do processo de tomada de decisões éticas de seus funcionários, seja como guia de conduta, como de coerção.

Pode-se dizer que um código de conduta passou a ser uma ferramenta norteadora de serviços e relações interpessoais com bases científicas e funcionais específicas, é um documento com necessidade constante de se manter atualizado com o contexto da sociedade e suporte tecnológico, além de refletir os pilares contemporâneos da atitude e do comportamento ético e moral.

Na visão de Coimbra e Manzi (2010), diversas empresas têm escolhido a definição clara, no código de conduta, atos disciplinares para as situações de transgressão das alíneas. Inúmeras ocasiões a falta de cumprimento das determinações descritas no código de conduta, tendem a ser passíveis de penalidades já delineadas nas legislações trabalhistas, de responsabilidade civil, penal e outras.

Pode-se citar que entre as dificuldades relacionadas aos códigos de conduta de máximo conhecimento público estão, as relacionadas aos consumidores, os quais podem ser enquadrados com observância na lei de defesa do consumidor, envolvendo práticas de marketing, publicidade e comunicação, qualidade do atendimento e reparações em situações de causarem danos ao consumidor.

Já em relação à cadeia produtiva, no que tange a fornecedores e empresas terceirizadas, o código de conduta tende a estabelecer comportamentos de responsabilidade social, respeito à legislação, eventual conduta de base restritiva, visando o estímulo para a melhoria social com vistas à um desenvolvimento profissional e mercadológico (MANZI, 2008).

Complementando Arruda (2002) destaca ainda que, os relacionamentos com acionistas e o estabelecimento de artifícios de convívio com o mercado concorrencial, também são assuntos que precisam incluir-se no código de conduta.

3 METODOLOGIA

O presente estudo foi caracterizado quanto à natureza como uma pesquisa aplicada por envolver a geração de conhecimentos com possibilidades de aplicações práticas, dirigidas à solução de problemas específicos.

Do ponto de vista da forma de abordagem do problema, apresentou-se como abordagem qualitativa e quantitativa.

A pesquisa qualitativa conforme Silva e Menezes (2005, p. 20) considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requer a utilização de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave.

Já a pesquisa quantitativa na visão das autoras Silva e Menezes (2005, p. 20), considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer a utilização de recursos e de técnicas estatísticas (percentagem, média, moda, mediana, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, etc.).

É descritiva. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

Para tanto, quanto aos objetivos foi de forma descritiva e no que se refere aos procedimentos técnicos utilizados para o estudo de caso, o presente estudo foi caracterizado como exploratório, segundo Lakatos e Marconi (2007, p.190) “envolve investigações empíricas com objetivo de formulação de questões ou de um problema para descrever uma intervenção no contexto real em que o fato ocorre. ”

Para a realização do estudo de caso, a população escolhida foi composta por um grupo de colaboradores do setor Administrativo e Comercial e atuantes de uma empresa do ramo de equipamentos agrícolas na cidade de Ponta Grossa, Estado do Paraná.

A coleta de dados foi realizada por meio de questionários aplicados aos colaboradores, pois de acordo com Gil (2008, p. 121) o questionário pode ser definido:

[...] como técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre o conhecimento, crença, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado, etc.

Inicialmente efetuou-se contato prévio com o gerente geral, responsável pela empresa estudada, que após autorizar e aceitar a participação do grupo na pesquisa, permitiu que os questionários fossem aplicados na empresa para que os colaboradores respondessem.

Foram elaboradas questões abertas e fechadas com respostas baseadas em uma escala de alternativas. Tal distribuição facilitou a visualização e a identificação das respostas pelos respondentes.

O questionário teve como objetivo: diagnosticar as ferramentas utilizadas na aplicação e divulgação de normas éticas nos setores administrativo e comercial de uma empresa no ramo de equipamentos agrícolas.

Para a validação da pesquisa, o roteiro foi apresentado previamente ao gerente geral responsável pela disseminação do conhecimento na empresa pesquisada.

Foram enviados ao todo 10 (dez) questionários, dados coletados no período de 20 de maio de 2020 à 21 de maio de 2020 e tabulados em 23 de maio de 2020 com o auxílio da estatística descritiva.

Efetuada as transcrições e correspondentes análises dos dados, os resultados apurados foram compilados e organizados para interpretação e discussão.

4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

A empresa escolhida para realização da pesquisa ocorreu ao estreito contato do pesquisador com a empresa objeto de estudo, sendo este tema - Compliance/Ética – sempre muito discutido e de suma importância em diversas áreas, percebeu-se a relevância de desenvolvê-lo, a fim de identificar a existência de ferramentas atuantes dentro da empresa em questão. Para tanto foi utilizado como meio de pesquisa um questionário contendo 6 perguntas de cunho de identificação a respeito dos pesquisados, outras 9 perguntas de caráter específico ao tema e por fim outras 9 a sobre as ferramentas de Compliance, para todas as perguntas não houve a identificação dos pesquisados.

Deve-se salientar que realização da pesquisa ocorreu com apenas 1/3 dos colaboradores da empresa pesquisada, em virtude do momento atual mundial, onde se passa por um estado de pandemia, a qual demandou no ato desta pesquisa que normas específicas fossem seguidas, tal como isolamento e distanciamento social, impossibilitando a aplicação integral da pesquisa.

4.1 ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM FUNCIONÁRIOS

A pesquisa teve início com perguntas de identificação a respeito dos pesquisados. A primeira questão em relação ao tempo de empresa, 70% dos pesquisados trabalham de 1-5 anos, 20% dos colaboradores a menos de 1 ano e apenas 10% acima de 5 anos.

Observou-se que o grupo de entrevistados teve participação integral composta pelo gênero masculino.

A faixa etária dos entrevistados é variável, sendo 2 pessoas com idade entre 18 a 24 anos, 5 pessoas entre 25 a 34 anos, 2 pessoas entre 35 a 44 anos e apenas 1 entre 45 a 54 anos de idade.

Com base na escolaridade dos participantes da pesquisa, a maioria o que totaliza 50% possui ensino médio completo, 30% tem superior incompleto, apenas 10% possui superior completo e os outros 10% conquistaram a pós-graduação.

Com relação a faixa salarial, os resultados apresentaram que 60% dos pesquisados recebem uma remuneração variável de R\$ 1.000,00 a 3.000,00 e os outros 40% de R\$ 3001,00 a 7000,00.

Em relação as áreas onde a pesquisa foi aplicada, tem-se: 3 respondentes do setor Administrativo, 3 respondentes do setor de vendas externas, 1 respondente do setor Financeiro, 1 respondente do setor de vendas internas, 1 respondente do pós-vendas e 1 respondente da gerência do setor financeiro.

4.2 ANÁLISE DOS INDICADORES DE PERCEPÇÃO MORAL

4.2.1 Análise do indicador “Denúncia”

Quando perguntado se soubesse de algo que estivesse acontecendo na empresa de antiético, o que fariam, obteve-se a seguinte resposta conforme visualizado no gráfico 1:

Gráfico 1 - Indicador " Denúncia"



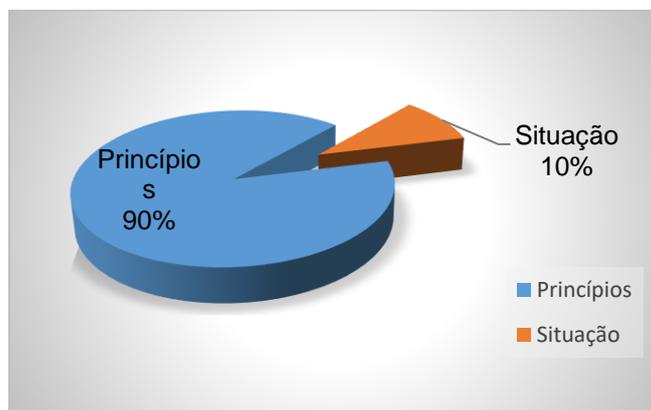
Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

No Gráfico 1, percebe-se que (20%) dos pesquisados atrela ao ato de denunciar uma situação antiética no ambiente de trabalho às circunstâncias em que estiver submetido. Caso tenha conhecimento de um ato antiético ocorrendo a sua volta, somente denunciara tal ato caso julgue confortável faze-lo, ou ainda, apenas se o estiver afetando. Entretanto, os outros (80%) não denunciaram em hipótese alguma.

4.2.2 Análise do indicador “Erros”

Quando indagados se encobririam os erros de um colega de trabalho, os pesquisados responderam, de acordo com o visualizado no gráfico 2:

Gráfico 2 - Indicador " Erros"



Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

Conforme o gráfico 2, demonstra-se que a maioria, sendo 90% dos entrevistados, partem de seus princípios de não concordar com os erros cometidos pelos colegas de trabalho, já os outros 10% alegam encobrir dependendo da situação.

4.2.3 Análise de indicador de “Convívio”

Quando perguntado, você acha que é aconselhável contratar um profissional altamente qualificado se ele não for confiável, obteve-se o resultado apresentado no gráfico 3:

Gráfico 3 - Indicador "Convívio"



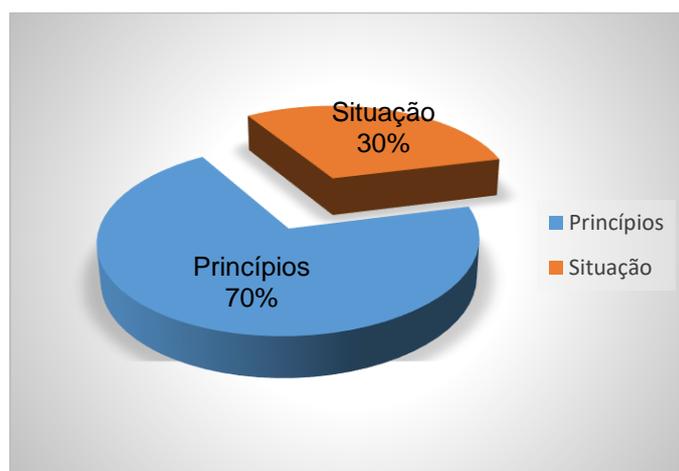
Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

No gráfico 3, está evidente que a totalidade dos entrevistados concorda com a importância de trabalhar com pessoas que tenham princípios éticos no ambiente de trabalho, tornando-se intolerável o convívio com tais pessoas antiéticas.

4.2.4 Indicador de “Culpa”

Após questionados se culpariam outra pessoa por um erro que você cometeu, caso estivesse correndo o risco de demissão, obteve-se os dados de acordo com o exposto no gráfico 4:

Gráfico 4 - Indicador “Culpa”



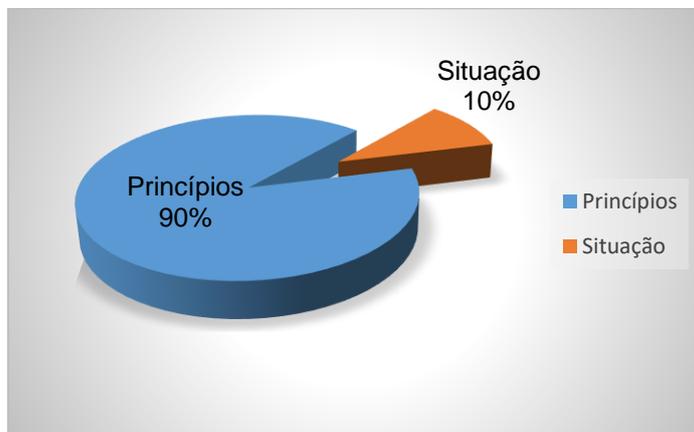
Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

No gráfico 4, 70% dos questionados alegaram não culpar outra pessoa por um erro próprio, independentemente das circunstâncias, mantendo seus princípios éticos a respeito, por outro lado os 30% restantes em determinadas situações culpariam outra pessoa em seu lugar.

4.2.5 Indicador de “Informações”

Com base na pergunta: o que você faria se o seu novo empregador pedisse informações confidenciais e estratégicas da sua última empresa de atuação, o resultado obtido pode ser visualizado no gráfico 5:

Gráfico 5 – Indicador "Informações"



Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

Analisa-se no gráfico 5, que 90% dos entrevistados informaram que não confiariam informações ou estratégias de cunho confidenciais de suas experiências anteriores em outras organizações, entretanto os outros 10% confirmaram que sim, repassariam informações sigilosas de outras organizações dependendo da situação.

4.2.6 Indicador de “Atalhos”

Quando questionados, se na possibilidade de que estivessem amparados por um superior você manipularia um resultado para melhorar a imagem de sua área de trabalho, constatou-se as informações obtidas conforme o gráfico 6:

Gráfico 6 - Indicador " Atalhos"



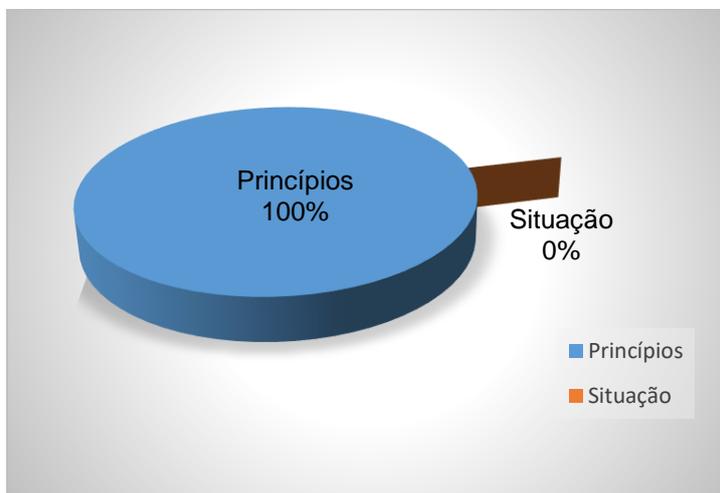
Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

O gráfico 6, explana de forma clara e unânime de que mesmo com amparo de superiores os colaboradores não cederiam a manipulação de resultados para benefício próprio, a fim de se beneficiar com facilidade, por meios antiéticos.

4.2.7 Indicadores de “Furto”

Ao se questionar se em certas ocasiões, é admissível um funcionário roubar de seu empregador, os respondentes deixaram evidente suas opiniões no gráfico 7:

Gráfico 7 - Indicador "Furto"



Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

Observa-se no gráfico 7, que todos os entrevistados afirmam que mesmo em situações de conflito não cometeriam o ato de roubar, mais uma vez o princípio foi protagonista.

4.2.8 Indicador de “Suborno”

Quando interrogados a respeito do que faria se alguém lhe oferecesse um suborno e se sim, qual valor faria você pensar em aceitar um suborno, segue no gráfico 8, os resultados obtidos:

Gráfico 8 - Indicador " Suborno"



Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

No gráfico 8, a maioria do público entrevistado (80%) afirma que não aceitaria subornos nas relações profissionais, por outro lado o restante (20%) informou que em determinada situação ou gravidade do impacto, não especificado pelos mesmos, aceitaria sim suborno. Não foi informado nenhum possível valor monetário para ceder a possíveis subornos.

4.2.9 Indicador de “Presentes”

Ao serem questionados se um funcionário que aceitou de presente uma mercadoria ou equipamento de um fornecedor deveria ser punido, observou-se no gráfico 9, a opinião dos entrevistados:

Gráfico 9 - Indicador "Presentes"



Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

No gráfico 9, em sua totalidade os entrevistados alegaram que quem recebe presentes de fornecedores ou prestadores de serviços, com valores insignificantes e que não tragam consequências negativas a nenhuma das partes, não deve ser punido.

4.3 ANÁLISE DE FERRAMENTAS DE COMPLIANCE

Foram elaboradas nove perguntas a respeito de ferramentas de compliance na empresa alvo da pesquisa, afim de averiguar se a organização possuía tais mecanismos implantados até o presente momento da aplicação do questionário. Os questionamentos a seguir possuíam apenas duas alternativas de resposta, sendo “com” ou “sem”, relacionado a temática da pergunta. Os temas citados nas perguntas foram: Análise de conduta, canal de denúncia, compliance integrado. As demais com opções de resposta foram “sim” e “não” conforme os seguintes levantamentos: se o programa de compliance é executado em toda a organização; a visão de toda a organização é, em geral, favorável ao programa de compliance implantado; nota-se que toda a organização, de alguma maneira, sofre as consequências do programa de compliance; a adoção do programa de compliance contribui para que transações realizadas no dia a dia estejam revestidas de maior segurança; a adoção do programa de compliance torna o trabalho engessado, lento e burocrático, o que considera-se ser um aspecto negativo; os processos executados que adotam as práticas de compliance apresentam baixa margem de erro e evitam o retrabalho. Obteve-se um total de respostas negativas para o uso de ferramentas de compliance dentro da empresa pesquisada, sendo “sem” e “não” as opções assinaladas.

Por fim, a última questão de caráter descritivo, onde os respondentes foram incitados a descrever quais as ferramentas utilizadas na aplicação e divulgação de normas éticas na empresa, onde por sua vez todos declararam não haver nenhum tipo de ferramenta inserida em seu ambiente de trabalho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, objetivou-se de modo geral diagnosticar as ferramentas utilizadas na aplicação e divulgação de normas éticas nos setores administrativo e comercial de uma empresa no ramo de equipamentos agrícolas. Ao se efetuar a análise dos dados percebeu-se um aspecto promissor: o grau de instrução amplia a percepção moral do indivíduo. Promissor, pois evidencia uma direção prática direcionada a ação, ou seja, o investimento em treinamento e capacitação amplos.

Nota-se que a redução em orçamentos voltados para capacitação do profissional, formatos duvidosos de contratação de mão-de-obra aliados a prática de recrutar profissionais com grau de instrução reduzido (ofertando menor remuneração) podem cooperar para o desenvolvimento de grupos dotados de percepção ética reduzida, ampliando a probabilidade de problemas relacionados à situações de corrupção.

Pode-se inferir que as empresas necessitam não somente revelar a corrupção vista como um problema (BORINI e GRISI, 2009), mas sim, buscar uma forma de combatê-lo, além de direcionar investimentos que ampliem a percepção moral das pessoas tanto de modo individual, quanto na coletividade, através de investimentos em instrução, os quais se tornam mais amplos do que a capacitação direcionada somente para as atividades profissionais, que possuem uma extensão técnica.

De acordo com os dados desta pesquisa, os resultados levam a crer que o perfil etário aliado ao grau de maturidade, conforme os dados encontrados neste estudo, possuem força na percepção moral e no condicionamento para “condutas” de transgressão através de atalhos, podendo ocorrer a transgressão de normativas na busca de concretizarem seus objetivos.

Essa percepção pode ser uma recomendação à empresa que primeiramente busque compreender a essência do acontecimento; e em seguida, buscar um preparo para enfrentá-lo.

Uma sugestão poderia ser a empresa investir em instruções para promoverem a ética, através da preparação e possível implantação de um código de conduta, processos de comunicação contínuos, recrutamento e seleção centralizados na observância de processos de ética, implantação de um comitê de ética aliados aos controles internos.

Conclui-se que a natureza deste estudo, caracterizado por debates conceituais e metodológicos, induziu a compor uma admissível lista de investigações e direções para novas análises, além das análises estatísticas estudadas (gênero, idade e grau de instrução) e a percepção moral.

Sugere-se que a empresa pesquisada implante ferramentas que possam ser utilizadas na aplicação e divulgação de normas éticas na empresa.

Espera-se contribuir para o avanço da reflexão sobre o tema corrupção nas organizações e, também, a utilização das ferramentas de compliance.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, C. W. Corrupção no Brasil: a perspectiva do Setor Privado. Relatório de Pesquisa da Transparência Brasil, São Paulo, 2004.

ALVES, F. J. S. Adesão do contabilista ao código de ética da sua profissão: um estudo empírico sobre percepções. 2005. 273 p. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) – Instituto de Departamento de Contabilidade e Atuária, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

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

ARRUDA, Maria Cecilia Coutinho de; WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria Rodriguez. Fundamentos de ética empresarial e econômica. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2017.

ATTIE, Wiliam. Auditoria interna. São Paulo: Atlas, 1992.

BENEDETTI, Carla Rahal. Criminal Compliance. Instrumento de Prevenção Criminal Corporativa e Transferência de Responsabilidade Penal. São Paulo: Quartier Latin, 2014.

BLOK, Marcella. Compliance e Governança Corporativa: atualizado de acordo com a Lei Anti-corrupção Brasileira (Lei nº 12.846) e o Decreto-Lei nº 8.421/2015. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2017. Disponível em: <http://unisul.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788579872822/pages/-1>. acesso em: 16 de abril de 2020.

BORINI, F. M., GRISI, F. C. A corrupção no ambiente de negócios: survey com as micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. Revista de Administração da Universidade de São Paulo. 2009.

CANDELORO, Ana Paula P.; DE RIZZO, Maria Balbina Martins; PINHO, Vinícius. Compliance 360º: Riscos, estratégias, conflitos e vaidades no mundo corporativo. São Paulo: Trevisan, 2012.

CARDOSO, Débora Motta. Criminal compliance na perspectiva da lei de lavagem de dinheiro. São Paulo: LiberARS, 2015.

CGU (Controladoria Geral da União) – Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Grupo de Trabalho do Pacto Empresarial pela Integridade Contra a Corrupção. A Responsabilidade Social das Empresas no combate a corrupção, 2009. Disponível em: https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/10/Pacto_Empresarial-Resp_das_emp_no_comb_corrup.pdf, acesso em 20 de março de 2020.

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

COIMBRA, Marcelo de Aguiar; MANZI, Vanessa A. Manual de Compliance. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

DEMO, P. Complexidade e Aprendizagem – a Dinâmica não Linear do Conhecimento. São Paulo. Ed. Atlas, 2002.

DICIO – Dicionário Online de Português – Significado de Fraude – disponível em: <https://www.dicio.com.br/fraude/>, acesso em 16 de abril de 2020.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008

ITO, Sidney. Compliance: avanço rápido reflete nova mentalidade. Revista da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM): Compliance: Ética, transparência e cidadania. ed.103. n.3 São Paulo: 2016.

IUDÍCIBUS, Sérgio de et al. Dicionário de termos de contabilidade. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Metodologia do Trabalho Científico. São Paulo: Atlas, 2007.

MANZI, V. A. Compliance no Brasil – Consolidação e Perspectivas. Ed. Saint Paul Institute of Finance, São Paulo. 2008.

MANZI, Vanessa Alessi. Compliance no Brasil. São Paulo: Saint Paul Editora, 2008.

MARCONDES, D. Textos Básicos de Ética: De Platão a Foucault. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 4ª. Edição, 2009.

- MARCONDES, Daniel. Textos Básicos de Ética de Platão a Foucault. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- MICKLETHWAIT, John; WOOLDRIDGE, Adrian. Breve história de uma ideia revolucionária. Rio de Janeiro: Objetiva, 2003.
- MORAIS, E.J. Controles internos e estrutura de decisão organizacional: o caso da Contadoria do Banco do Brasil. 2005. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil, 2005.
- MORIN, E. O Método 5, “Poderes e Fragilidades da Consciência”. Ed. Sulina. Porto Alegre, 2003.
- SÁ, Antônio Lopes de; HOOG, Wilson Alberto Zappa. Corrupção, fraude e contabilidade. Curitiba: Juruá, 2005.
- SANTOS, R. A. Compliance como ferramenta de mitigação e prevenção da fraude organizacional. Controladoria Geral da União, 2011. 6º Concurso de Monografias. Disponível em: http://www.cgu.gov.br/concursos/Arquivos/6_ConcursoMonografias/2-Lugar-Profissionais.pdf, acesso em 20 de março de 2020.
- SILVA, Cavalcanti Daniel; COVAC, José Roberto. Compliance como boa prática de gestão no ensino superior privado. São Paulo: Saraiva, 2015.
- SILVA. E.L.; MENEZES. E.M. Metodologia da Pesquisa e Elaboração de dissertação. 4ª ed. rev.atual. Florianópolis: Laboratório de Ensino à Distância da UFSC, 2005. p.138.
- SPECK, B.W. Mensurando a corrupção: uma revisão de dados provenientes de pesquisas empíricas. Cadernos Adenauer 10: os custos da corrupção. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.