

Ética, ética Empresarial, Moral E Responsabilidade Social

RESUMO O objetivo desse artigo é refletir sobre a ética, moral e a responsabilidade nas empresas, no sentido de motivar as ações para a prática do bem, compreendendo a ética como a arte/ciência voltada para a busca do bem educar/instruir/relacionar/atender/compreender. A ação ética nas organizações tem sido objeto de freqüentes reflexões partindo-se do ponto de que as organizações precisam trabalhar com ética apesar de que no mundo organizacional as vezes é preciso passar por cima de alguns princípios éticos para não acabar ficando para trás por tanto, o texto mostrara conceitos da concepção ética sob o ponto de vista de autores, que relatam as formas como uma empresa deve agir e em alguns princípios de como elas agem, nos negócios, com seus clientes e com o meio ambiente isso implica dizer que ética pode ser conceituada como o estudo dos juízos de apreciações que se refere à conduta humana suscetível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, seja relativa à determinada sociedade, seja do modo absoluto. **PALAVRAS CHAVES:** Ética, Ética empresarial Responsabilidade social, Moral.

Introdução

Ao iniciar um trabalho que envolve a **ética** como objeto de estudo, consideramos importante, como ponto de partida, estudar os conceitos de ética, ética empresarial e fazendo uma pequena abordagem sobre a moral e a responsabilidade social que consideramos muito importantes para o nosso trabalho e para toda sociedade.

O objetivo desse artigo é refletir sobre a **ética, moral e a responsabilidade nas empresas**, no sentido de motivar as ações para a prática do bem.

Segundo Nash, (1990, pg. 3) “apesar de que a atividade de ganhar dinheiro sempre teve uma aliança meio desconfortável com o senso particular de moralidade das pessoas”.

Numa definição bem geral, ética aceita a existência da história da moral, tomando como ponto de partida a diversidade de morais no tempo, entendendo que toda sociedade tem sido caracterizada por um conjunto de regras, normas e valores, não se identificando com os princípios e normas de nenhuma moral em particular nem adotando atitudes indiferentes ou diante delas. A história da ética é um assunto complexo e que exigem alguns cuidados em seu estudo. Como disciplina ou campo de conhecimento humano, ética se refere à teoria ou estudos sistemáticos sobre a prática moral. Dessa forma ela analisa e critica os fundamentos e princípios que orientam ou justificam determinados sistemas e conjunto de valores morais. É, em outras palavras, a ciência da conduta, a teoria do comportamento moral dos homens em sociedade.

A ética é na verdade como a educação de nosso caráter, temperamento ou vontade pela razão, em busca de uma vida justa, bela e feliz, que estamos destinados por natureza.

Traduzindo o processo consciente ou intuitivo que nos ajuda a escolher entre vícios e virtudes, entre o bem e o mal, entre o justo e o injusto. É a predisposição habitual e firme, fundamentada na inteligência e na vontade, de fazer o bem. Ser ético, portanto, é buscar sempre o bem, combater vícios e fraquezas, cultivar virtudes, proteger e preservar a vida e a natureza.

Também abrange toda reflexão que fazemos sobre o nosso agir e sobre o sentido ou missão de nossa vida, bem como sobre os valores e princípios que inspiram e orientam

nossa conduta, buscando a verdade, a prática de virtudes e a felicidade. Não devemos confundir ética e moral, a ética não cria a moral nem estabelece seus princípios, normas ou regras. Ela já encontra, numa dada sociedade ou grupo, a realidade moral vigente e parte dessa realidade para entender suas origens, a sua essência, as condições objetivas e subjetivas dos atos morais e os critérios ou parâmetros que justificam os juízos e os princípios que regem as mudanças e sucessão de diferentes sistemas morais.

A ética também estuda e trata a responsabilidade do comportamento moral, a decisão de agir numa dada situação concreta é um problema prático moral; investigar se a pessoa pôde ou não escolher e agir de acordo com a decisão que tomou é um problema teórico - ético, pois verifica a liberdade ou o determinismo ao quais nossos atos estão sujeitos. Se o determinismo é total e vem de fora para dentro (normas de conduta pré-estabelecidas às quais devemos nos ajustar) não há qualquer espaço para a liberdade, para a autodeterminação e, portanto para a ética.

1. Definição de ética, moral e ética empresarial.

A ética não é algo superposto à conduta humana, pois todas as nossas atividades envolvem uma carga moral. Idéias sobre o bem e o mal, o certo e o errado, o permitido e o proibido definem a nossa realidade.

Em nossas relações cotidianas estamos sempre diante de problemas do tipo: devo sempre dizer a verdade ou existem ocasiões em que posso mentir? Será que é correto tomar tal atitude? Devo ajudar um amigo em perigo, mesmo correndo risco de vida? Será que posso mentir para conquistar o meu cliente?

Ao analisar o problema do comportamento ético-moral que hoje é o tema nos negócios que invade todas as áreas das empresas da mesma forma é assunto presente na mídia.

Para Valls (1993, p.7) “a ética é daquelas coisas que todo mundo sabe o que são, mas que não são fáceis de explicar, quando alguém pergunta”. Nesse sentido pode-se dizer que, alguns diferenciam ética e moral de vários modos, mas na verdade uma completa a outra.

A fim de maior compreensão fez-se necessário uma busca nos dicionários Aurélio e o dicionário Sérgio Ximenes, no qual o sentido de ética e moral nos expressa que ética é como moral, como norma baseia-se em princípios e regras morais fixas que precisam ser seguidas para vivermos em uma sociedade mais justa.

No dicionário de Aurélio (2005, p.407), conceitua-se ética e moral como “estudo dos juízos de apreciação referentes à conduta humana suscetível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, seja relativamente a determinada sociedade, seja de modo absoluto”.

O autor Aurélio (2005, p.604), também conceitua moral como conjunto de regras de conduta consideradas como válidas, quer de modo absoluto para qualquer tempo ou lugar, quer para grupo ou pessoa determinada.

O dicionário de Sérgio Ximenes (2002, pg. 409), define ética como ciência que estuda os juízos moral referente á conduta humana, virtude caracterizada pela orientação dos atos pessoais segundo os valores do bem e da decência pública, e a moral conjunto de regras de conduta baseadas nas noções de bem e de mal, Os estudos de Maximiano (1974, p.294) demonstram que a ética tem sido entendida sob várias concepções. Assim, a concepção de ética tratada pelo autor afirma que.

“A ética é como a disciplina ou campo do conhecimento que trata da definição e avaliação de pessoas e organização, e a disciplina que dispõe sobre o comportamento adequado e os

meios de implementá-lo levando-se em consideração os entendimentos presentes na sociedade ou em agrupamentos sociais particulares”.

Reale (1999, p.29 apud Ourives, 2006, p.2) também afirma que a ética é a ciência normativa dos comportamentos humanos.

Segundo esses autores, a ética é como um conjunto de normas no qual o ser humano deve seguir para ser respeitado na sociedade.

Já Nogueira, (1989, p.5), conceitua a ética de uma forma um pouco diferente dos demais autores citados.

Godim,(2005,p.6), define a ética como o estudo geral do que é bom ou mal, para ele um dos objetivos da ética é a busca de justificativa para as regras propostas pela moral pois é diferente, pois não estabelece regras está reflexão sobre a ação humana diz que a moral estabelece regras que são assumidas pelas pessoas como uma forma de garantir o seu bem-viver a moral depende das fronteiras geográficas e garante uma identidade entre pessoas que se quer se conhece, mas utilizam este mesmo referencial comum.

Em um outro entendimento Moreira (1999, p.28, apud, Ourives, 2006, p3), conceitua ética empresarial como “o comportamento da empresa entendida lucrativa quando age de conformidade com os princípios morais e as regras do bem proceder aceitas pela coletividade (regras éticas)”.

Na definição de Denny (2001, p.134), não há distinção entre moral e ética, a ética empresarial, para ele consiste na busca do interesse comum, ou seja, do empresário, do consumidor e do trabalhador. Os dois autores explicam que as empresas devem seguir as regras e os princípios morais, e que as empresas imorais não são autênticas empresas.

Já no que diz respeito à ética nas vendas tem se observado que as maiorias das empresas estão mais preocupadas com declarações de princípios ou cartas de valores, de princípios e a sua missão, há empresa que querem mostra que estão realmente preocupadas com as relações com os seus clientes, mas muitas delas esquecem do significado da palavra ÉTICA. (EDUARDO BOTELHO, 2000, pg. 5).

O que fica disto é a imagem de que algumas empresas não estão na realidade, voltada para os clientes, mas sim, que estão apenas dizendo isto, mas sem ética como praticar qualquer outro princípio.

Afinal ética é algo que todos precisam ter, alguns dizem que tem, mas na verdade poucos levam a sério, na ética profissional as regras não devem ser quebradas e sim seguidas.

2. Valores Éticos e sua Interpretação

Na interpretação de Maximiano (1974, p.371) os valores éticos podem ser absolutos, baseia-se na premissa de que as normas de conduta são válidas em todas as situações, ou relativa, que as normas dependem da situação.

Para melhor entender, fez-se um estudo mais aprofundado onde os orientais entendem a ética relativa de forma que os indivíduos devem dedicar-se inteiramente à empresa, que constitui uma família à qual pertence à vida dos trabalhadores. Já, para os ocidentais, o entendimento é de que há diferença entre a vida pessoal e a vida profissional. Assim, encerrado o horário normal do trabalho, o restante do tempo é do trabalhador e não do patrão. Em relação à ética absoluta, parte-se do princípio de que determinadas condutas são intrinsecamente erradas ou certas, qualquer que seja a situação, e, dessa maneira, devem ser apresentadas e difundidas como tal.

3. Ética empresarial e sua Importância

A empresa tem sido entendida, doutrinariamente, como uma atividade econômica organizada, exercida profissionalmente pelo empresário, através do estabelecimento. (BULGARELLI, WALDIRIO. 1993 p. 22) Para um melhor entendimento uma empresa é uma organização particular, governamental, ou de economia mista, que produz e oferece bens e/ou serviços, com o objetivo de obter lucros.

Ética empresarial diz respeito a regras, padrões e princípios morais sobre o que é certo ou errado em situações específicas.

Serão apresentadas algumas definições de ética empresarial, para um melhor entendimento sobre sua importância.

Segundo Arnold Wald (1999, p.5), manifestando sobre a crescente importância da ética expressa que, evoluímos, assim, para uma sociedade em que alguns denominaram. “Pós-capitalista” e outros “neocapitalista” ou, ainda, “sociedade do saber”, caracterizada pela predominância do espírito empresarial e pelo exercício da função reguladora do direito. O Estado reduz-se a sua função de operador para torna-se o catalisador das soluções, o regulador e o fiscal da aplicação da lei e a própria administração se desburocratiza. O espírito empresarial, por sua vez, cria parcerias que se substituem aos antigos conflitos de interesses que existiam, de modo latente ou ostensivo, entre o poder público e a iniciativa privada.

A sociedade contemporânea apresenta um novo modelo para que a empresa possa progredir e o Estado evolua adequadamente, mediante a mobilização construtiva de todos os participantes, não só do plano político, pelo voto, mas também no campo econômico, mediante várias formas de parcerias, com base na confiança e na lealdade que devem presidir as relações entre partes.

Neste contexto, a empresa abandona a organização hierárquica e apodera do mundo empresarial, com os valores que lhes são próprio, como iniciativa, com responsabilidade, comunicação, transparência, tranquilidade, inovação, flexibilidade, nas lúcidas lições. Em outras palavras Denny (2001, p.134), tem uma visão de que a empresa abandonando sua estrutura originária, sob o comando dos proprietários de companhia, e agora, terá que aceitar novas regras. Já nos dizeres de Wald (1989, p.5), há uma nova forma de governo, com maior poder atribuídos aos acionistas e empregados e até a própria sociedade civil, passando a ter verdadeiros deveres, não só com os seus integrantes e acionistas, mas também com os seus consumidores, clientes e até com o meio ambiente.

Nesse sentido, entende-se, assim, que um regime de completa liberdade para uma nova ordem na qual a liberdade das partes importa responsabilidade, devendo inspirar-se em princípios éticos, abandonando-se a igualdade formal para atender às situações respectivas dos contratantes, ou seja, à igualdade material. (OURIVES, 2006, p.6).

Na questão ambiental houve também uma grande transformação de valor, que segundo ibid (2000, p. 164 apud Ourives2006, p6), "transformou-se em um valor permanente para a sociedade, de forte conteúdo ético". Assim, protegê-lo, tornou-se um imperativo para todos os habitantes da Terra, exigindo que cada um se conscientize dessa grande necessidade, requerendo esforço comum, em resposta aos desafios do futuro. Com todas essas transformações hoje as exige-se que empresas promovam o desenvolvimento sustentável (1), conforme tem insistido a Câmara de Comércio Internacional.

Entende também Santos (1999, apud Ourives, 2006. p6) que nos dias de hoje é preciso pensar e pensar rápido, com coragem e ousadia, numa nova ética, para o desenvolvimento. Em uma ética que transcenda a sociedade de mercadoria, da suposta generalização dos padrões de consumo dos países ricos para as sociedades periféricas, promessa irrealizável de certos correntes desenvolvimentistas do passado e dos neoliberais de hoje. Tal promessa não passa de um jogo cheio premissas falsas, devido a obstáculos políticos criados pelos países ricos (que brecam a generalização da riqueza) e as limitações impostas pela base de recursos naturais. Ou seja, as limitações ecológicas inviabilizam (devido ao efeito estufa, destruição da camada de ozônio, dilapidação das florestas tropicais etc.) a homogeneização para toda a Humanidade dos padrões suntuários do consumo.

3.1 Teorias éticas na organização

Em um estudo realizado por Srour (2000, p. 50). Apresenta que há pelo menos duas teorias éticas:

1. A ética da convicção, entendida como deontologia (estudo dos deveres);
2. A ética da responsabilidade, conhecida como teleologia (estudo dos fins humanos).

Afirma, ainda, o autor sobre as teorias que, toda atividade orientada pela ética pode subordinar-se a duas máximas totalmente diferentes e irreduzivelmente opostas. Ela pode orientar-se pela ética da responsabilidade ou pela ética da convicção. Isso não quer dizer que a ética da convicção seja idêntica à ausência de responsabilidade e a ética da responsabilidade à ausência de convicção. Não se trata evidentemente disso. Todavia, há uma oposição abissal entre a atitude de quem age segundo as máximas da ética da convicção em linguagem religiosa, diremos: "O cristão faz seu dever e no que diz respeito ao resultado da ação remete-se a Deus" - e a atitude de quem age segundo a ética da responsabilidade que diz: "Devemos responder pelas conseqüências previsíveis de nossos atos".

(1) conciliar o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental e, ainda, ao fim da pobreza no mundo. CAVALCANTI, 1995, P. 429

3.2 Razões Para a Empresa Ser Ética.

Em um estudo feito por vários autores que estudam a ética empresarial fica estabelecida que, o comportamento ético é a única maneira de obtenção de lucro com respaldo moral. A sociedade tem exigido que a empresa sempre pugne pela ética nas relações com seus clientes, fornecedores, competidores, empregados, governo e público em geral.

As empresas precisam ter um comportamento ético tanto dentro quanto fora da empresa, com isso permite que elas barateiem os produtos, sem diminuir a qualidade e nem os custos de coordenação, outras razões também podem ser feitas como o não pagamento de subornos, compensações indevidas.

Se as empresa agirem de forma ética, podem estabelecer normas de condutas para que seus dirigentes e empregados, exigindo que ajam com lealdade e dedicação. (DENNY, 2001, p.276).

Algumas questões básicas sobre a eficácia da ética nos negócios precisam ser devidamente avaliadas para um melhor entendimento, sendo que a ética é determinada

pela cultura na qual cada empresa possui a sua, ética da empresa deve mostrar, então, que em optar por valores que humanizam, é o melhor para a empresa, entendida como um grupo humano, e para a sociedade onde ela opera, deixando claro que não precisa passar por cima de ninguém para ter um bom sucesso.

Ser competente envolve ser ético, para quem quer uma empresa, com um relacionamento de pessoas e indivíduos extremamente competentes, mas sem ética os profissionais competentes são aéticos⁽²⁾ freqüentemente ganham negócios, e perdem clientes, o engano ensina ao cliente que basta ir uma vez só à empresa e não voltar mais, a falta de qualidade afunda a empresa.

Na verdade a atividade empresarial não é só para ganhar dinheiro, uma empresa é algo mais que um negócio é antes de tudo um grupo humano que persegue um projeto, necessitando de um líder para guiá-los e precisa de um tempo para desenvolver todas as suas potencialidades, entende-se que a ética deve estar acima de tudo, e a empresa que age dentro da postura ética, aceitos pela sociedade só tende a prosperar.

Uma boa razão para a empresa ser ética, a Responsabilidade Social que é uma exigência básica à atitude e ao comportamento ético, demonstra que a empresa possui uma alma, cuja preservação implica solidariedade e compromisso social. Na empresa precisa de uma boa observação da visão antiética.

4. Uma visão antiética

Observando o mercado como um todo se sabe que a visão imediatista⁽³⁾ é antiética, pois não respeita valores. Vale tudo para obter resultados: o concorrente tem que ser eliminado, o cliente tem que ser "encantado" a qualquer preço, esses valores estão fortemente expressos no inconsciente do marketing massificado, é uma coisa que não se deve fazer, porém acontece muito.

Tenho observado o seguinte sobre a ética nas organizações: Vejo em centenas delas as tais declarações de princípios, ou carta de valores, ou carta de princípios, ou "a nossa missão"; enfim, vejo que há empresas que querem parecer que estão realmente preocupadas com as suas relações com os seus clientes; mas, até hoje não vi, em nenhuma dessas declarações, a palavra ÉTICA.

Com isso é bom refletir sobre o que vale mais se a ética ou o lucro. A função da empresa, ou seja, seu objetivo essencial, não é o lucro, mas prestar serviços. Há empresa, em contrapartida existe demanda e os clientes têm necessidades a serem satisfeitas. Com isso surge a empresa e a qualidade em servir que é a sua responsabilidade básica.

O lucro é objetivo dos negócios, que a empresa desenvolve para realizar sua missão de servir ao cliente. O lucro é exatamente isso: remuneração pelos serviços prestados.

É importante que essa distinção seja clara, pois suas distorções são evidentes no mercado, muitos são os empresários que praticam o discurso radical, no que diz respeito ao objetivo da empresa.

O objetivo de nossa empresa é lucrar e com isso induzem ao "vale tudo pelo lucro". Este conceito introduz-se no espírito do empregado e torna-se princípio de cultura, e a ética vai para o arquivo morto, retirado em momentos de festa, em tempos de discursos (FRANCISCO MATOS, 2001, P.3).

(2) “Alheio à ética; antiético e anético”, Aurélio, 2005, p. 68.

(3) Filosofia e prática daqueles que cuidam absorventemente do que dá vantagem imediata. Aurélio, 2005, p. 568

5. Responsabilidade Social.

É a obrigação que a empresa assume com a sociedade, que inclui responsabilidades econômicas e legislação.

As responsabilidades éticas são definidas como comportamento ou atividades que a sociedade espera das empresas, mas que não estão codificadas em leis.

A responsabilidade social é também aplicada à gestão dos negócios e se traduz como um compromisso ético voltado para a criação de valores para todos os públicos com os quais a empresa se relaciona: clientes, funcionários, fornecedores, comunidade, acionistas, governo, meio ambiente. A responsabilidade social empresarial é um movimento crescente no Brasil e no mundo, que tem na adesão voluntária das empresas a sua maior força.

5.1 Natura uma empresa que trabalha com ética e responsabilidade social.

5.2 Empresa

Há cada vez mais evidência de que recursos usados para aperfeiçoar os sistemas de valores éticos da empresa melhoram o desempenho dos funcionários o clima ético esta associado ao maior empenho em busca da qualidade, da satisfação do consumidor e do compromisso com a empresa.

Ao completar 35 anos em 2004, a Natura reafirma sua posição de liderança no setor de cosméticos e produtos de higiene e de perfumaria. Consolida-se, principalmente, como empresa comprometida com a qualidade das relações que estabelece com seus diferentes públicos - que congrega na chamada Comunidade Natura - e com a inovação e o aperfeiçoamento constante dos seus produtos e serviços, dentro de um modelo de desenvolvimento sustentável de negócios.

Desde a sua fundação, em 1969, contando com um laboratório e uma pequena loja na cidade de São Paulo, a Natura já era movida por duas paixões fundamentais: pela cosmética como veículo de auto conhecimento e de transformação na vida das pessoas; e pelas relações, cujo encadeamento permite a expressão da vida.

Na trajetória da Natura, um dos pontos fortes do êxito está na opção, feita em 1974, pela venda direta. Surgiram, assim, as Consultoras Natura, participantes de um sistema hoje vitorioso não só no Brasil como nos outros países nos qual a companhia mantém operações. Com elas e com lançamentos de produtos inovadores, a Natura tem conseguido avançar mesmo em períodos adversos da economia. Nos anos 80, por exemplo, em plena "década perdida" no Brasil, a companhia cresceu mais de 30 vezes em faturamento.

Fortalecida, a Natura entrou em um novo ciclo de crescimento e, no fim da década de 80, promoveu uma ampla reorganização. Novas empresas, que entre 1979 e 1981 tinham se agregado ao grupo, fundiram-se em 1989. Surgia uma companhia com a atual constituição. Em seguida, no início da década de 90, a Natura explicitava suas Crenças e Razão de Ser,

formalizava seu compromisso social e preparava-se para a abertura do mercado brasileiro às importações.

A expansão prosseguiu aceleradamente e, em 1994, a Natura dava início à internacionalização, com presença na Argentina, no Chile e Peru, países nos quais estabeleceu centros de distribuição e trabalhou na formação de Consultoras. Novos negócios seriam acrescentados com a aquisição, em 1999, da Flora Medicinal, tradicional fabricante nacional de fitoterápicos.

Em 2000, inicia-se o terceiro ciclo na vida da empresa, uma fase de investimentos em infra-estrutura e capacitação, com a construção do Espaço Natura, um importante centro integrado de produção, logística, pesquisa e desenvolvimento de cosméticos, inaugurado em 2001, e o lançamento da linha Ekos, com produtos que incorporam ativos da biodiversidade brasileira obtidos de forma sustentável.

O êxito da iniciativa fica patente no desempenho dos anos seguintes, culminando com resultados históricos em 2003, tanto em termos de produção, como de vendas e de rentabilidade, acompanhados de importantes avanços nas áreas sociais e ambientais.

5.3 Como Funciona Comunicação e Responsabilidade Natura

Utiliza a publicidade, o merchandising e os programas de relacionamento como instrumentos de apoio e disseminação de crenças e valores para a construção de um mundo melhor. Por isso, o foco são as causas e a visão de mundo da empresa e não os produtos em si.

Na propaganda, os vínculos se criam por meio de uma história ou de um tema, como a campanha Mulher Bonita de Verdade, que estimula a auto-estima e mostra que a beleza não depende da idade nem deve estar ligada a estereótipos. Outro destaque é campanha que promove a compra de produtos com Refil, que além de ser mais econômico para o consumidor contribui para reduzir o impacto ambiental, pois esse tipo de embalagem consome menos matéria-prima e sua utilização diminui a produção de lixo. A Natura assume que uma empresa ambientalmente responsável deve gerenciar suas atividades de maneira a identificar os impactos sobre o meio ambiente, buscando minimizar aqueles que são negativos e amplificar os positivos. Deve, portanto, agir para a manutenção e melhoria das condições ambientais, minimizando ações próprias potencialmente agressivas ao meio ambiente e disseminando para outras empresas as práticas e conhecimentos adquiridos na experiência da gestão ambiental.

Ao assumir a política de meio ambiente como uma das três vertentes de seu compromisso com a sustentabilidade, a Natura visa também a eco eficiência ao longo de sua cadeia de geração de valor; e, ao buscar a eco eficiência, favorece a valorização da biodiversidade e de sua responsabilidade social.

A Natura tem uma grande preocupação com a garantia dos produtos e do atendimento com os clientes.

Nossos produtos têm a garantia de qualidade Natura. São produzidos com ativos de eficácia reconhecida, sendo testados e aprovados cientificamente em laboratórios. Se você não ficar satisfeito com os produtos Natura, tiver alguma reação adversa, incompatibilidade ou mesmo encontrar alguma dificuldade na utilização dos mesmos, poderá trocá-los ou ser

reembolsado. Para isso, basta entrar em contato com o Serviço Natura de Atendimento ao Consumidor (SNAC) neste site ou pelo telefone, no prazo de 30 dias a partir do recebimento do produto.

SNAC - Serviço Natura de Atendimento ao Consumidor

Tel. 0800 704 5566, de segunda a sexta-feira, das 8 às 20 horas e aos sábados das 9 às 15hs, através do e-mail snac@natura.net ou atendimento on-line, de segunda a sexta-feira das 8 às 22 horas.

Suspeita de Reação Adversa

- os produtos Natura são dermatologicamente testados, porém sensibilizações poderão ocorrer.

- é muito importante que o SNAC seja contatado para o relato de todas as informações sobre o uso do produto e os sintomas apresentados, para que o consumidor receba as orientações adequadas.

A Natura possui políticas de atendimento especiais para proporcionar bem-estar aos seus consumidores. Em casos de queixa de cheiro de álcool ou falta de fixação:

- alguns produtos Natura têm o conceito de Deo-Colônia e, por isso, têm de ser reaplicados durante o dia.

- pelo fato do produto ser alcoólico, sua fragrância não deve ser sentida diretamente do frasco.

- pode ser uma consequência da chamada saturação olfativa.

O que é saturação olfativa?

Com o freqüente uso de uma determinada fragrância por um longo período, meses ou até mesmo anos, a tendência é não a sentirmos mais com a mesma intensidade das primeiras aplicações. Este é um fenômeno natural que chamamos de "saturação olfativa". As células do cérebro que identificam as diferentes essências ficam "acostumadas" ao cheiro e não reagem tanto ao estímulo da fragrância, dando a sensação de que o perfume está fraco. Isto ocorre com qualquer fragrância, até mesmo com marcas internacionais.

Em caso de produtos com validade vencida

- a data de validade dos produtos encontra-se gravada no cartucho, sendo de suma importância que o consumidor verifique se a data de validade é adequada ao período em que pretende utilizar o produto.

- no caso de produtos com validade vencida, recomenda-se a suspensão do uso.

- não nos responsabilizamos por produtos fora da validade, portanto não serão trocados ou reembolsados.

Reclamações sobre atendimento

Atendimento da consultora

Se não estiver satisfeito com o atendimento da consultora ou do SNAC:

- contate o SNAC por telefone, Chat ou e-mail;

- registre os comentários e os dados do (a) Consultor (a) ou do (a) operador (a);

- a reclamação será levada ao conhecimento da área responsável.

Toda crítica ou sugestão é importante para a melhoria da qualidade dos serviços Natura.

5.4 Visão de mundo

A Natura, por seu comportamento empresarial, pela qualidade das relações que estabelece e por seus produtos e serviços, será uma marca de expressão mundial, identificada com a

comunidade das pessoas que se comprometem com a construção de um mundo melhor através da melhor relação consigo mesmas, com o outro, com a natureza da qual fazem parte e com o todo.

5.5 Razão de ser.

Nossa razão de ser é criar e comercializar produtos e serviços que promovam o Bem-Estar/Estar Bem

Bem-Estar

É a relação harmoniosa, agradável, do indivíduo consigo mesmo, com seu corpo.

Estar Bem

É a relação empática, bem-sucedida, prazerosa, do indivíduo com o outro, com a natureza da qual faz parte e com o todo.

5.6 Qualidade e ética

A Natura tem como objetivo consolidar-se como referência na qualidade de processos e produtos na indústria cosmética e alcançar “classe mundial” na qualidade dos serviços e relacionamentos, de modo a construir uma marca de excelência reconhecida por todos os seus públicos. Nesse sentido, a Política Natura de Qualidade define diretrizes para monitorar e promover a melhoria contínua necessária ao desenvolvimento dos negócios. Com a sua aplicação, a empresa busca superar positivamente as expectativas dos seus clientes – consumidores, Consultoras, fornecedores, acionistas, colaboradores, comunidades, governos e sociedade.

Para isso, a Natura compromete-se com:

- O cumprimento da legislação aplicável à organização e as seus produtos, processos e serviços, e de acordos e princípios voluntariamente subscritos pela empresa;
- A tomada de decisões sobre a qualidade a partir da visão e das necessidades do cliente, para isso adotando como princípios pro atividade, rapidez, flexibilidade, inovação e criatividade;
- A adoção de rígidos controles de qualidade com foco na prevenção de problemas;
- A busca permanente do aperfeiçoamento em todas as suas atividades e da qualidade de seus processos, produtos e serviços, pautando suas ações no desenvolvimento sustentável.
- A adoção de fundamentos de excelência que considerem, igualmente, os compromissos que orientam a forma de a Natura atuar no mundo e de relacionar com seus públicos e as melhores práticas organizacionais, buscando alcançar o nível.
- A promoção da qualidade das relações por meio de um comportamento empresarial baseado no diálogo, na ética e na transparência.

6. A natura é uma empresa que utiliza um programa de ética eficaz

É uma empresa que se responsabiliza com o desenvolvimento de um programa que identifica o comportamento ético, a preocupação com o meio ambiente, com treinamento de funcionários para que eles não sejam antiéticos com os clientes. As questões éticas são

problemas, situações ou oportunidades que exigem que a empresa efetue uma escolha entre várias ações que precisam ser avaliadas como certas ou erradas. O estudo de questões éticas prepara a organização para identificar problemas potenciais na empresa e soluções éticas para o problema. Há cada vez mais evidência de que recursos usados para aperfeiçoar os sistemas de valores éticos da empresa melhoram o desempenho dos funcionários, o clima ético está associado ao maior empenho em busca da qualidade, da satisfação do consumo e do compromisso do empregado com a empresa e da empresa com o empregado, clientes e com a sociedade.

7. Metodologia Utilizada

- Pesquisa: na internet e vários livros sobre ética
- Palestra na FTC sobre motivação onde foram falados alguns pontos sobre ética profissional
- Consulta em alguns artigos sobre ética profissional
- Bastante leitura sobre o tema
- Pesquisa sobre a empresa natura

Conclusão

Esse artigo ressaltou a questão sobre a ética, ética empresarial, moral e responsabilidade social que vem crescendo em todo país não só na política como também no campo empresarial, tendo em conta a crescente economia e em relação à opção da estratégica que se irá adotar para integrar o país num mercado que se globaliza e que exige relações profissionais e contratuais, como se percebe, há uma cobrança cada vez maior por parte da sociedade pela transparência e probidade, tanto na forma de tratar os clientes, como de fornecimento de produtos e serviços ao mercado para não ser enganados e nem prejudique o meio ambiente. É necessário que as empresas utilizem métodos de fiscalização e as sociedades em geral adotem medidas necessárias para coibir os abusos cometidos pelas empresas.

Minha opinião é preciso que o mundo empresarial se conscientize cada vez mais de que a ética empresarial é imprescindível para o seu desenvolvimento e crescimento no campo dos negócios, e que só o lucro não faz a empresa andar e preciso que se aja de forma ética. As empresas devem valorizar mais os clientes sem enganá-los, agindo de forma ética, tendo responsabilidade, moral e um bom caráter apesar de que às vezes, ou seja, em alguns momentos utilizamos do método antiético para sermos justos com nos mesmos não deixando que algumas pessoas tentem nos enganar, só não podemos querer passar por cima de tudo e todos para alcançar o que queremos. Ética Empresarial é a alma do negócio

REFERÊNCIAS

<http://www.ceris.org.br/rse/eticaempr.asp>

DENNY, A. Ercílio. Ética e Sociedade. Capivari: Opinião, 2001, p. 276

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Atlas, 1974, p. 371.

MOREIRA, Joaquim Manhães. A Ética Empresarial no Brasil. São Paulo. Pioneira, 1999. P.246

REALE, Miguel. Lições Preliminares do direito. São Paulo. Saraiva, 1999, p. 393

DENNY, Ercílio A. Ética e sociedade. Capivari: Opinião E., 2001, p. 134.

REALE, Miguel. Lições preliminares de direito. São Paulo: Saraiva 1999, p. 29.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Teoria geral da administração. São Paulo: Atlas, 1974, p. 294.

SROUR, Robert Henry. Ética empresarial. Rio de Janeiro: Campus, 2000, p. 50.

BULGARELLI, Waldírio. Sociedades comerciais. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1993, p. 22.

PETER NADAS Disponível em: <http://www.fides.org.br/artigo02.pdf> Acessado em 15/04/06

PETER NADAS Disponível em: <http://www.fides.org.br> Acessado em 15/04/06

EDUARDO Botelho Disponível em: <http://www.equifax.com.br/> Acessado em 31/03/06

XIMENES, Sérgio. Dicionário da língua Portuguesa. 2. ed. São Paulo Ediouro, 2000, 409.

DE HOLANDA, Buarque Aurélio. Novo dicionário da língua portuguesa. 3 ed. 1999, p.604

FRANCISCO Gomes de Matos Disponível em: <http://www.ceris.org.br>