

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
NÍVEL MESTRADO**

MANUELA GOMES DE OLIVEIRA DOS SANTOS

O LADO OBSCURO DO COMPRADOR ORGANIZACIONAL

SÃO LEOPOLDO

2017

MANUELA GOMES DE OLIVEIRA DOS SANTOS

O LADO OBSCURO DO COMPRADOR ORGANIZACIONAL

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração, pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Orientador: Prof. Dr. Iuri Gavronski

SÃO LEOPOLDO

2017

S237L Santos, Manuela Gomes de Oliveira dos.
O lado obscuro do comprador organizacional / por
Manuela Gomes de Oliveira dos Santos. -- São Leopoldo,
2017.

77 f. : il. color. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio
dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Administração,
São Leopoldo, RS, 2017.

Orientação: Prof. Dr. Iuri Gavronski, Escola de Gestão e
Negócios.

1.Ética empresarial. 2.Comportamento organizacional.
3.Processo decisório. 4.Conduta. 5.Veracidade e falsidade.
6.Honestidade. I.Título. II.Gavronski, Iuri.

CDU 174.4
658.3.013

Catálogo na publicação:
Bibliotecária Carla Maria Goulart de Moraes – CRB 10/1252

Manuela Gomes de Oliveira dos Santos

O LADO OBSCURO DO COMPRADOR ORGANIZACIONAL

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração, pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

Aprovado em 09 de Junho de 2017

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Iuri Gavronski (Orientador) – UNISINOS

Prof. Dr. Ely Laureano Paiva – FVG-EAESP

Prof. Dr. Celso Augusto de Matos – UNISINOS

Prof. Dr. Wagner Junior Ladeira – UNISINOS

Para Orgulhar aqueles que me Amam...

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer meu marido pelo suporte e encorajamento nos momentos difíceis dessa pesquisa.

Agradecer meus pais por compreenderem minhas ausências e prestar ajuda nessa jornada.

Agradeço meu orientador Iuri Gavronski, pela disponibilidade, paciência e tempo dedicado.

Um agradecimento especial para o Professor Wagner Ladeira, que compartilhou seus conhecimentos os quais foram extremamente importantes para o desenvolvimento desse trabalho.

RESUMO

É frequente a divulgação de atos de corrupção, suborno e fraudes envolvendo políticos e governo. Entretanto, os atos de desonestidade também estão presentes no dia a dia das relações entre empresas privadas com funcionários que estão em cargos que possuem o poder de tomada de decisão. Dificilmente uma pessoa não tenha conhecido um colega de trabalho que já tenha alterado relatórios, ocultado informações no seu trabalho ou inflado despesas de viagem e tenha se considerado extremamente moral. Com o intuito de investigar o comportamento antiético, este trabalho focou na relação entre o agente de compras e fornecedor organizacional, por entender que o agente de compras possui em sua rotina de trabalho oportunidade de ter um benefício financeiro pessoal em detrimento a empresa. Essa dissertação testou a influência do ambiente transgressor na tomada de decisão de ética, o emprego do *priming* ético como um estímulo capaz de engajar a tomada de decisão ética e o padrão moral do indivíduo como forma de influenciar o efeito do *priming* ético. Foram desenvolvidos três estudos experimentais em laboratório. O resultado prova que o ambiente transgressor influencia sobre a tomada de decisão ética e que o *priming* ético estimula o indivíduo a tomar decisões éticas. O resultado desse trabalho contribui fortemente para área de Comportamento Ético e Comportamento Operacional, encorajando as organizações ao uso do *priming* Ético, além de códigos de éticas e sanções.

Palavras-chave: Comportamento Desonesto. Tomada de Decisão Ética. *Priming* Ético. Profissionais de Compras.

ABSTRACT

The disclosure of acts of corruption, bribery and fraud involving politicians and the government has become frequent. However, acts of dishonesty are also present in day-to-day relations among private companies with employees who hold positions having decision-making power. Hardly ever would one find a person who has not known coworkers who had already altered reports, hidden information at work or inflated travel expenses and even so considered themselves extremely moral. Aiming at investigating unethical behavior, this study focused on the relationship between organizational buyer and supplier, given the fact it understands that the organizational buyer has an opportunity in his/her work routine to have personal financial benefit to the detriment of the company. This dissertation tested the influence of the transgressive environment on ethical decision-making, the use of ethical priming as a stimulus capable of engaging ethical decision-making, and the individual moral standards as a way of influencing the ethical priming effect. Three experimental studies were developed. Result proves that a transgressive environment influences ethical decision-making and that ethical priming encourages the individual to make ethical decisions. Our findings strongly contribute to the areas of Ethical Behavior and Operational Behavior, encouraging organizations to use ethical priming, as well as codes of ethics and sanctions.

Keywords: Unethical Behavior. Ethical Decision-making. Ethical Priming. Purchasing Professionals.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Teorias <i>Fraud Triangle</i> (esquerda) e SCM (direita).....	14
Figura 2 - Hipóteses da Dissertação	19
Figura 3 - Fluxograma do Estudo 1	23
Figura 4 - Comparação das escolhas desonestas entre os grupos.....	25
Figura 5 - Fluxograma do Estudo 2	28
Figura 6 - Comparação de escolhas éticas entre os grupos	30
Figura 7 - Fluxo de compras apresentado ao respondente.....	31
Figura 8 - <i>Requisition Form</i>	32
Figura 9 - Fluxograma do Estudo 3	33
Figura 10 - Resultado da Mediação do Estudo 3	35

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Validade e Confiabilidade dos constructos.....	24
Tabela 2 - Análise de Covariância do Estudo 1.....	24
Tabela 3 - Matriz de Médias, Desvios Padrões e Correlações do Estudo 1.....	25
Tabela 4 - Análise de Covariância do Estudo 2.....	29
Tabela 5 - Matriz de Médias, Desvios Padrões e Correlações do Estudo 2.....	29
Tabela 7 - Matriz de Médias, Desvios Padrões e Correlações do Estudo 3.....	34
Tabela 8 - Médias por condições do Estudo 3	34
Tabela 9 – Resumo de Contribuições Teóricas.....	39

LISTA DE SIGLAS

CO	Comportamento Operacional
GDT	Teoria <i>general deterrence</i>
ISM	Instituto de <i>Supply Management</i>
PMT	<i>Protection Motivation</i>
SCM	<i>Self-Concept Maintenance</i>
SMORC	<i>Simple Model of Rational Crime</i>

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1 Comportamento Antiético	13
2.2 A Influência do Ambiente na Tomada de Decisão Ética	14
2.3 Primings	17
3 METODOLOGIA DE PESQUISA	20
3.1 Estudo 1	21
3.1.1 Método	21
3.1.2 Resultados e Discussão	23
3.2 Estudo 2	26
3.2.1 Método	26
3.2.2 Resultados e Discussão	28
3.3 Estudo 3	30
3.3.1 Método	30
3.3.2 Resultados e Discussão	33
4 DISCUSSÃO GERAL E IMPLICAÇÕES	36
4.1 Implicações Teóricas	37
4.2 Implicações Práticas	39
4.3 Limitações e Direções para Futuras Pesquisas	40
REFERÊNCIAS	42
APÊNDICE A – PROTOCOLO DO ESTUDO 1	47
APÊNDICE B – CODE SHEET EXP. 1	57
APÊNDICE C – PROTOCOLO DO ESTUDO 2	59
APÊNDICE D – CODE SHEET – EXP.2	63
APÊNDICE E – PROTOCOLO DO ESTUDO 3	64
APÊNDICE F – CODESHEET EXP.3	72
ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP	73
ANEXO B – JAVASCRIPT DO CAÇA PALAVRAS	76

1 INTRODUÇÃO

A mídia anuncia constantemente escândalos envolvendo organizações variando entre atos de corrupção, suborno e fraudes. Há vários casos que podem ser exemplificados como, Petrobras¹, Banco Wells Fargo², Eron³, Samsung⁴, Siemens⁵. O Comportamento antiético gera alto custo para as empresas e a sociedade, a World Economic Forum estima que \$ 2,6 trilhão por ano são oferecidos a título de suborno (FORUM, 2009). Na *survey* conduzida pela Ernst & Young, quase 50% dos respondentes disseram que suas organizações perderam negócios devido a comportamentos desonestos da concorrência (SINGH, 2013).

Recentes pesquisas no campo da ética comportamental obtiveram avanços significativos para a compreensão dos fatores contextuais e sociais que promovem o comportamento desonesto (AYAL; HOCHMAN; ARIELY, 2016). Entretanto, estudos envolvendo o comportamento antiético do empregado em organizações privadas são escassas (JAAKSON et al., 2017). Nesse mesmo contexto a maior parte dos estudos sobre a tomada de decisão ética do comprador organizacional aborda a influência de fatores externos, como o ambiente, a política e a cultura do país (ARNOLD; NEUBAUER; SCHOENHERR, 2012; BADENHORST, 1994; CARTER, 2000). Portanto, percebe-se uma lacuna de pesquisa a qual aborde a tomada de decisão ética do comprador organizacional em uma perspectiva individual e psicológica.

Situado em uma posição de importância para a organização, o agente de compras interage com outras empresas e suas decisões impactam na qualidade e rentabilidade da organização. Considerando que esses profissionais deparam-se diariamente com várias situações éticas questionáveis, essa pesquisa aborda a relação comprador-fornecedor por compreender que em sua rotina de trabalho, o comprador organizacional presencia oportunidades de ter benefício financeiro pessoal em detrimento da organização (HO, 2012; PLANK, RICHARD E.; LANDEROS, ROBERT; PLANK FERNANDES, 1994).

¹<https://www.theguardian.com/world/2015/sep/21/ex-treasurer-workers-party-sentenced-prison-petrobras-corruption-scandal>

² <http://fortune.com/2016/11/03/wells-fargo-sales-scandal-employees/>

³ <http://www.economist.com/node/940091>

⁴ http://brasil.elpais.com/brasil/2017/02/28/internacional/1488276546_849803.html

⁵ http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/08/130812_siemens_escandalo_dg

Com a justificativa de extinguir o conflito de interesse, as organizações empregam código de ética e treinamento ético na agenda dos seus colaboradores (HANDFIELD; BAUMER, 2006). No campo da pesquisa a maioria dos estudos sobre *security policy compliance* defendem o uso de sanções e punições como forma de reduzir comportamentos antiéticos. Entretanto, com o resultado de uma revisão sistemática é possível perceber o conflito no resultado dos estudos, comprovando que a emoção gera maior influência sobre o comportamento do indivíduo do que punições (SOMMESTAD et al., 2014).

Desacreditando na efetividade das sanções, punições e códigos de ética, algumas pesquisas no campo da ética comportamental abordaram formas de reduzir o comportamento antiético de forma diferente. Esses estudos consideraram a tomada de decisão ética em um modelo neurocognitivo e testaram abordagem de *priming* como forma de estimular a tomada de decisão ética, os quais obtiveram resultados positivos (MAZAR; AMIR; ARIELY, 2008a; WELSH; ORDÓÑEZ, 2014).

Entretanto, estes estudos com abordagem neurocognitiva não focaram na área de compras, a qual é uma área onde existe um gap de pesquisas abordando o assunto de tomada de decisão ética. Então, este trabalho volta atenção ao agente de compras que não exercerá integralmente a função de comprador dentro da organização, mas em alguns momentos tomará algumas decisões de compras como atividade secundária.

Sendo assim, por meio do método experimental o objetivo deste trabalho é verificar se o ambiente transgressor influencia a tomada de decisão ética do agente de compras e testar o *priming* ético como forma de engajar a tomada de decisão ética quando o agente de compras estiver em situações de ambiguidade ética. Assim, contribuindo para o conhecimento teórico e tornando seus resultados para projeção de no futuro ser testado em forma de intervenções práticas para o engajamento da conduta ética na rotina do agente de compras.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção apresenta as teorias que compõem essa dissertação e as construções das hipóteses.

2.1 Comportamento Antiético

Comportamento antiético pode ser definido como qualquer ação de um indivíduo que vai contra o padrão moral por grande parte da sociedade (JONES, 1991). Nesse trabalho o termo desonesto será utilizado como sinônimo de comportamento antiético.

Algumas teorias surgiram com o intuito de explicar a desonestidade e em 1968 surgiu a *Simple Model of Rational Crime* (SMORC), como um modelo para explicar o comportamento antiético focado em fraudes. Essa teoria considera que os indivíduos que adotam um comportamento fraudulento analisam apenas o incentivo que seria o benefício monetário e a oportunidade de ser desonesto (BECKER, 1974). Em 1973, Cressey criou a teoria *Fraud Triangle* (Figura 1) e defendeu que as pessoas analisam os aspectos da pressão e oportunidade, antes de racionalizar um comportamento fraudulento (ARNOLD; NEUBAUER; SCHOENHERR, 2012).

Similarmente, a teoria *protection motivation* (PMT) e a teoria *general deterrence* (GDT), adotam o conceito de que o indivíduo conduz uma análise de custo do benefício considerando os riscos e as sanções envolvidas (GIBBS, 1975; JOHNSTON; WARKENTIN; SIPONEN, 2015). Apesar de essas teorias serem prevalentes na literatura sobre violações da política de segurança, existe vários estudos empíricos que encontraram resultados contraditórios sobre a efetividade da teoria *general deterrence* em reduzir o comportamento antiético no ambiente de trabalho (D'ARCY; HERATH, 2011; HU et al., 2011).

Explorando o processo psicológico do comportamento moral surge a teoria *Self-Concept Maintenance* (SCM). Essa teoria considera que há um conflito entre a honestidade e o benefício, para isso os indivíduos realizam um balanceamento entre esses dois itens antes de racionalizar um comportamento antiético. A razão desse conflito é que grande parte dos indivíduos desejam ter o benefício na maioria das situações. Entretanto, quando em situações de ambiguidade ética, para obter

vantagem, mas não se “sentir” desonesto, o indivíduo age de forma desonesta até o limite do seu autoconceito de honestidade (MAZAR; AMIR; ARIELY, 2008a).

Esse comportamento foi percebido em pesquisas onde grande parte dos participantes foi desonesta, mas se envolveram em quantidades pequenas de desonestidade, mesmo tendo oportunidade de obter maiores ganhos sem sofrer punição (GINO; AYAL; ARIELY, 2009; MAZAR; AMIR; ARIELY, 2008a; SHALVI; HANDGRAAF; DE DREU, 2011). Os resultados dessas pesquisas contrariam a teoria de Becker (1974) que afirma que o indivíduo terá uma atitude fraudulenta quando estiver em uma oportunidade de grande benefício sem o perigo de ser pego.

A SCM enfatiza dois mecanismos distintos, mas que trabalham interligados, são eles a categorização e atenção aos padrões morais (Figura 1) (MAZAR; AMIR; ARIELY, 2008b). Segundo Mazar et al (2008b), há tipos de ações e magnitudes de comportamento antiético, nas quais o indivíduo categoriza suas ações em termos compatíveis e as racionaliza. Conseqüentemente, o indivíduo age de forma antiética, porém, evita sinais negativos que afetem seu autoconceito (GUR; SACKEIM, 1979).

Quando as pessoas estão atentas aos seus padrões morais tendem a categorizar situações ambíguas como antiéticas, mas quando o padrão moral não está saliente, elas podem ignorar os aspectos éticos das situações ambíguas ou interpretá-las a sua maneira a fim de se beneficiar (MAZAR; AMIR; ARIELY, 2008a).

Figura 1 - Teorias *Fraud Triangle* (esquerda) e SCM (direita)



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

2.2 A Influência do Ambiente na Tomada de Decisão Ética

Compras organizacionais geralmente envolvem vários departamentos da empresa ou vários profissionais de diversos setores. O tamanho da organização, orientação da empresa e grau de centralização fazem diferença no processo de compra organizacional. Geralmente as empresas de pequeno porte tendem a tomar

decisão de forma autônoma e as organizações maiores de decidirem de forma conjunta (SHETH, 1973). Além disso, em algumas empresas o funcionário pode desempenhar a função de comprador mesmo ele fazendo parte de outro setor, exercendo outra função principal e tomando algumas decisões de compras como atividade secundária. Levando isso em consideração, essa pesquisa irá considerar os agentes de compras organizacionais (ROCHA; FERREIRA; SILVA, 2012).

Os agentes de compras são indivíduos importantes na organização, pois superam os limites corporativos interagindo com outras organizações ((PLANK, RICHARD E.; LANDEROS, ROBERT; PLANK FERNANDES, 1994). Suas decisões impactam na qualidade do produto e rentabilidade da organização (HO, 2012). Devido a isso, a relação entre o agente de compras e fornecedor são de extrema importância, pois podem contribuir para a organização alcançar objetivos estratégicos (BELL; OPPENHEIMER; BASTIEN, 2002).

A construção dessa relação fundada na confiança é muito importante para a organização por essa razão, o comportamento ético nas compras organizacionais é um ponto crítico na maioria das organizações, principalmente no que diz respeito sobre o conflito de interesse (CARTER, 2000). Devido a sua posição, o agente de compras se depara com várias situações de ambiguidade ética (PLANK, RICHARD E.; LANDEROS, ROBERT; PLANK FERNANDES, 1994).

Segundo o Instituto de Supply Management (ISM) o conflito de interesse é o “envolvimento de qualquer negócio ou profissional que crie um conflito entre os interesses pessoais e os interesses do empregador”. O simples aceite de almoços e brindes de fornecedores pode influenciar no julgamento do agente de compras e ocorrer um conflito de interesse (INSTITUTE FOR SUPPLY MANAGEMENT, 2008). O resultado de uma pesquisa sugere que o indivíduo quando recebe um favor de alguém ou empresa, tende a agir de forma parcial quando se trata a um assunto da parte que este recebeu o favor (HARVEY et al., 2010).

Para então reduzir a ocorrência de conflito de interesse e comportamento desonesto, as empresas empregam a construção de uma infraestrutura de código de ética e sistema de monitoramento (HANDFIELD; BAUMER, 2006). Entretanto, é perceptível a prevalência de notícias de atos desonestos, mesmo em grandes empresas as quais possuem um código de ética “forte” e treinamentos éticos realizados periodicamente.

O caso do Banco Wells Fargo que envolveu 5.300 (cinco mil e trezentos) funcionários realizando práticas ilegais rendeu ao banco \$185 milhões de multa, por várias infrações cometidas, uma delas a abertura de milhões de contas sem autorização dos clientes⁶. Além do predomínio do conflito de interesse o ambiente de trabalho teve uma forte influência para a ocorrência do comportamento transgressor desses funcionários. Segundo um experimento conduzido por Ariely e sua equipe, com o objetivo de estudar o comportamento desonesto, os participantes receberam vinte problemas simples de matemática e para cada resolução correta o participante foi recompensado monetariamente. Para execução, os participantes tiveram cinco minutos e no final do tempo eles foram instruídos a contar a quantidade de acertos e posteriormente inserir o teste em um triturador de papel. Assim os participantes tiveram a chance de trapacear, o resultado foi que 70% dos participantes trapacearam (MAZAR; AMIR; ARIELY, 2008a).

Em outro experimento com apenas uma pequena variação, foi colocado um ator junto com os candidatos. Esse fingia que era um participante comum e após um minuto o ator informava ao pesquisador “terminei o que faço agora?”, o pesquisador informava que se estivesse tudo “ok” ele podia ir embora, assim o ator recebeu a recompensa monetária. O que ocorreu com os demais candidatos é que trapacearam mais que o experimento anterior. A atitude do ator durante o experimento transpareceu uma imagem de que ser desonesto não tem problema e ainda foi recompensando monetariamente sem nenhuma punição (GINO; AYAL; ARIELY, 2009).

O caso do Banco Fargo pode ser um exemplo real dos experimentos citados, pois o ambiente influenciou no comportamento das pessoas. Ressaltando que o comportamento moral é formado de acordo com as normas sociais e culturais (HAIDT; JOSEPH, 2004) Então, o ambiente de trabalho onde ocorrem recorrentes transgressões por parte de seus colaboradores, poderão influenciar os demais funcionários a agir de forma transgressora quando assim existir uma oportunidade de benefício financeiro.

Hipótese 1: A percepção de transgressões no ambiente aumenta a probabilidade de ocorrer comportamento desonesto pelo agente de compras.

⁶ <http://fortune.com/2016/11/03/wells-fargo-sales-scandal-employees/>

2.3 Primings

Priming é a ativação temporária de representações mentais em um indivíduo, sem que o mesmo perceba que está recebendo esse estímulo (BARGH; CHARTRAND, 2000). Existem várias formas de *priming* inseridas no ambiente organizacional, as quais, de uma forma sutil proporcionam estímulos que podem influenciar o comportamento social, as percepções sociais e nos processos de decisão (BARGH et al., 2001; BARGH; CHEN; BURROWS, 1996).

Em uma pesquisa as imagens utilizadas influenciaram os participantes a serem mais ou menos competitivos, comprovando assim que objetos no local de trabalho podem induzir o comportamento dos indivíduos (KAY et al., 2004). Esses objetos podem assumir o mesmo significado do *priming* subconsciente que opera indiretamente via mediação da percepção social (WHEELER; PETTY, 2001).

O resultado de outro estudo demonstrou que os locais de votação influenciam na tomada de decisão dos eleitores, nessa pesquisa foi observado os padrões de voto de uma eleição no Arizona em 2000. O resultado foi que a proposta de investimento em escolas receberam mais votos nos locais de votação em escolas do que em outros locais (BERGER; MEREDITH; WHEELER, 2008), comprovando que inconscientemente o ambiente rende um efeito de *priming* ameaçando o julgamento e tomadas de decisões dos indivíduos.

Em outra pesquisa utilizando o *priming* como forma de reduzir o comportamento antiético, a intenção foi criar o experimento parecido com um formulário de imposto de renda, onde geralmente os indivíduos tem hábito de não realizar a declaração honestamente. O *priming* moral utilizado nessa pesquisa foi à assinatura, um grupo de participantes assinava no início do formulário antes de declarar seu rendimento e outro grupo assinava no final do formulário. Foi constatado que os participantes que estavam na condição de assinatura no final trapacearam mais do que o outro grupo da assinatura no início do formulário. A assinatura serviu como um *priming* moral para os participantes que antes de realizar sua declaração, receberam uma ativação da atenção aos padrões morais (SHU et al., 2012).

O modelo neurocognitivo do processo de tomada de decisão ético explica como nosso processo consciente e inconsciente opera. De acordo com Reynolds (2006) o processo é formado por dois sistemas neurocognitivos, o sistema C e o

sistema X. O sistema X opera reflexivamente, ele é responsável por fazer o indivíduo reconhecer o que é um carro ou uma porta, por exemplo, sem utilizar um pensamento consciente. Aplicando um exemplo no processo ético, em situações éticas como suborno e corrupção, o sistema X irá receber o estímulo do ambiente de uma situação desse tipo e irá conduzir uma estruturação e procurar informações de algum protótipo armazenado e associar com alguma norma específica, para posteriormente realizar um julgamento ou ter algum comportamento. Entretanto quando o sistema X não encontra protótipo armazenado, o sistema C entra em ação com o objetivo de procurar maiores informações para assim criar o protótipo e armazenar no sistema X.

O sistema C opera com dois princípios, primeiro ele é capaz de realizar uma análise com base em uma regra, como usar uma regra abstrata e aplicar o resultado na situação, como o uso de ditados populares, por exemplo “Faça aos outros aquilo que gostaria que fizessem a você”. O segundo princípio é que o sistema C exerce uma função regulatória sobre o sistema X. Um exemplo é quando estamos diante de algum objeto que nunca vimos antes, o sistema C entra em ação procurando maiores informações para se familiarizar com o novo objeto, ao concluir a construção do protótipo este é armazenado no sistema X (REYNOLDS, 2006).

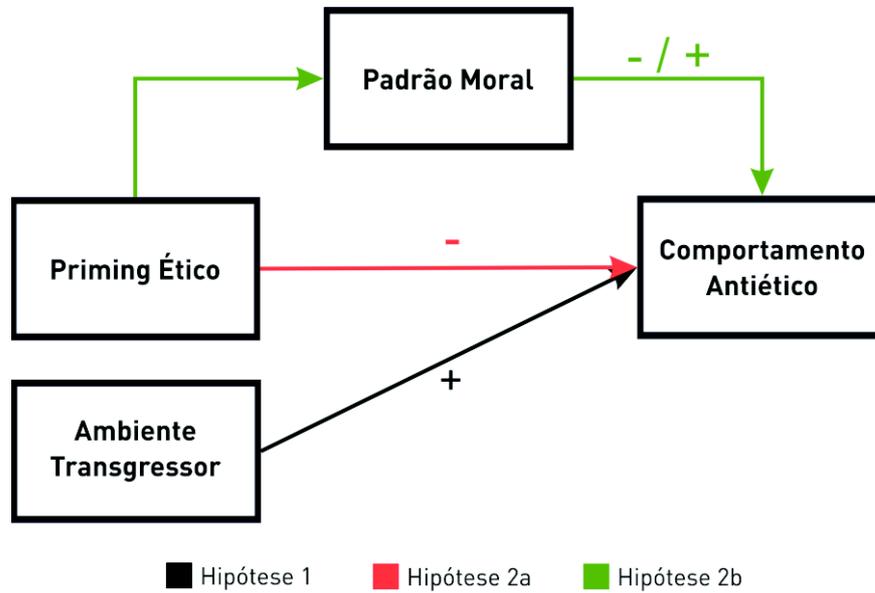
Considerando que o *priming* consciente pode estimular o indivíduo a ter atenção ao padrão moral e influenciar no processo de tomada de decisão do comportamento ético ou antiético (WELSH; ORDÓÑEZ, 2014) o *priming* pode se tornar um aliado para ajudar o comprador organizacional a prototipar uma situação de ambiguidade ética, aumentando a probabilidade do agente de compras a se comportar eticamente.

Hipótese 2a: Priming ético reduz a probabilidade de ocorrer comportamento desonesto do agente de compras.

Entretanto, indivíduos que possuem um padrão moral sem semelhanças com o estímulo que estão recebendo pelo *priming*, podem não ter o mesmo resultado, afinal há pessoas que possuem padrões morais semelhantes ao seu local de trabalho e tendem a engajar um comportamento desonesto (SPICER; DUNFEE; BAILEY, 2004).

Hipótese 2b: Os Padrões morais medeiam o efeito do priming ético sobre o comportamento ético do agente de compras.

Figura 2 - Hipóteses da Dissertação



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

O método adotado para este trabalho foi a pesquisa experimental. Esse método proporciona o benefício de manter o controle das variáveis independentes e das variáveis estranhas. Outrossim, existe a oportunidade de manipular as variáveis isoladamente ou em conjunto (KERLINGER, 1980).

Pesquisas sobre comportamento antiético, como, a corrupção, não pode ser observada diretamente. Embora existam vários trabalhos que analisam os determinantes da corrupção por meio de dados secundários ou *surveys* (GYIMAH-BREMPONG, 2002; LEE; OH; EDEN, 2010; MOCAN, 2008), a maioria dos participantes de pesquisa não se sente à vontade para responder questionários sobre esse assunto e geralmente fornecem respostas levando em consideração como deveriam responder e não em como realmente ocorre. Por conseguinte, o experimento é um método apropriado para tratar esse assunto, pois não realiza uma abordagem direta como ocorre em *surveys* (ABBINK, 2006).

Para analisar as hipóteses foram realizados três estudos. O primeiro estudo foi desenvolvido para testar a **hipótese 1** que se refere a influência do ambiente transgressor sob o comportamento do agente de compras. O segundo estudo para testar a **hipótese 2a** e o terceiro estudo foi desenvolvido para testar as **hipóteses 2a e 2b**. Para o estudo 1 e 2 foi utilizado o cenário de um táxi com possibilidade de um ganho financeiro após uma tomada de decisão antiética e no estudo 3, foi ilustrado um cenário típico da área de compras.

Essa pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética de Pesquisa (CEP) da UNISINOS. O aval do CEP permitiu executar essa pesquisa de forma adequada e ética. Por isso, o processo do CEP foi realizado antes da execução da coleta de dados, assim garantiu que os sujeitos da pesquisa não fossem expostos a situações constrangedoras e embaraçosas. Dado que o tema da pesquisa (corrupção) é carregado de significado negativo e pode gerar um desconforto ao participante quando o experimento não é planejado de forma apropriada. O parecer consubstanciado do CEP encontra-se no Anexo A.

3.1 Estudo 1

O primeiro estudo tem como objetivo testar a primeira hipótese, especificamente como o agente de compras tende a tomar decisões quando está sob um ambiente com ocorrência de várias transgressões. Neste estudo o ambiente transgressor foi manipulado por um *priming* onde um grupo de participantes leu uma sequência de notícias verídicas de corrupção.

3.1.1 Método

Os participantes desse estudo setenta e quatro estudantes de graduação do curso de Administração da Universidade do Vale do Rio do Sinos. Como um dos objetivos desse estudo era ter respondentes que possuíssem experiência de trabalho, foi inserida uma questão de controle após a leitura do Termo de Consentimento, perguntando ao participante se ele possuía experiência profissional, caso a resposta fosse negativa esse não era selecionado. Então, a amostra final do estudo teve quarenta e nove estudantes. Foram retiradas dezessete pessoas que não possuíam experiência profissional e oito respondentes que não finalizaram o experimento.

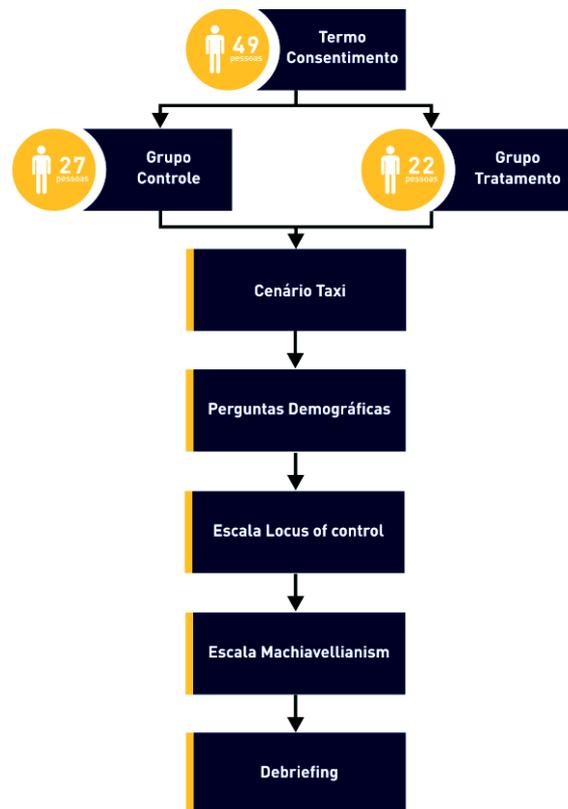
Os participantes desse estudo (24 homens e 25 mulheres) apresentavam uma média de idade de 24 anos ($SD=.909$). O design do estudo é um fator entre os participantes em duas condições ambiente transgressor (22 pessoas) e condição de controle (27 pessoas), o fluxograma do estudo está na figura 3.

O experimento foi conduzido em laboratório onde os participantes foram distribuídos randomicamente entre as duas condições. Na condição do ambiente transgressor os participantes liam uma sequência de quatro notícias (Apêndice A) falando sobre casos de suborno e corrupção ocorridos no Brasil. Enquanto na condição de controle, os participantes liam uma notícia sobre uma descoberta recente na área da ciência médica. Após essa etapa, os participantes de ambas as condições se deparavam com uma história que descrevia um funcionário que estava em uma corrida de taxi a trabalho, onde a empresa ressarcia esse trajeto no valor máximo de vinte cinco reais, salvo com comprovação de recibo. Ao finalizar a corrida, o taxista informa ao funcionário que o valor do percurso é de R\$ 20,00 e pergunta ao funcionário qual o valor que ele deseja colocar no recibo?

Após a leitura do cenário foi perguntado aos participantes “Quanto você acredita que o funcionário vai pedir para que o taxista preencha? ”. Eles tinham cinco opções de valores R\$20,00, R\$ 22,00, R\$ 24,00 e R\$ 25,00. O cenário aborda a moralidade onde a convenção social engaja o participante a responder da forma socialmente aceita (GREEN, 1984). Então, para evitar respostas não naturais o cenário foi criado sobre uma terceira pessoa “Quanto você acredita que o funcionário vai pedir”, pois dessa forma o indivíduo tende a projetar seus sentimentos ocultos e conseqüentemente responde de forma sincera (DONOGHUE, 2000).

Seguidamente, responderam questões demográficas como, por exemplo, o tempo de experiência profissional em média 6 anos ($SD=6.093$), idade, gênero e perguntas referente a variáveis que medem a personalidade *Machiavellianism* e *Locus of control*. Em escala de cinco pontos os participantes liam afirmações onde deveriam responder se concordavam com a mesma, as opções variavam entre - 2 discordo totalmente à +2 de concordo totalmente. No final do experimento ocorreu o processo de *debriefing*, que é formado por uma série de perguntas a fim de verificar o nível de consciência do participante sobre o objetivo da pesquisa. Usando o método de Chartrand e Bargh (2000) os respondentes foram questionados se conseguiram perceber a natureza do experimento. Não houve exclusão de participantes, pois não perceberam sobre o real propósito da pesquisa.

Figura 3 - Fluxograma do Estudo 1



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

3.1.2 Resultados e Discussão

As variáveis *Locus of control* e *Machiavellianism*, grande parte dos itens resultaram em correlações abaixo de 0,7. Hair et al. (2009) orienta que para escalas já validadas, deve-se considerar apenas os itens com valor acima de 0,7, então o *composite* criado para essas variáveis eliminou a maioria dos itens. A Tabela 1 exhibe a composição dessas duas variáveis.

Tabela 1 - Validade e Confiabilidade dos constructos

Validade e Confiabilidade dos constructos			
Constructo	Item	Carga	Cronbach's alpha
Locus of control			
	Locus_6	0.631	0.787
	Locus_10	0.736	
	Locus_12	0.809	
	Locus_14	0.625	
	Locus_17	0.872	
Machiavellianism			
	Machiavel_3	0.520	0.806
	Machiavel_13	0.722	
	Machiavel_14	0.752	
	Machiavel_15	0.878	
	Machiavel_16	0.838	

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

O resultado da análise das covariáveis *Machiavellianism*, *Locus of control*, Idade, gênero e tempo de trabalho, não ocorreu diferença significativa de médias, como pode se observar na Tabela 2. A tabela 3 se encontra as médias e correlações das variáveis.

Tabela 2 - Análise de Covariância do Estudo 1

Análise de Covariância Resultados para a variável dependente categorização/cenário		
Source	F	p=
Covariáveis		
Locus of control	0.470	0.498
Machiavellianism	0.542	0.467
Tempo Trabalho	1.428	0.252
Idade	0.230	0.875
Gênero	0.122	0.729

*Não ocorreu significância em nenhuma covariável

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Tabela 3 - Matriz de Médias, Desvios Padrões e Correlações do Estudo 1

Médias, Desvios Padrões e Correlações do Estudo 1											
Variável	Média	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Grupos	1.550	0.503	1.000								
2.categorização/cenário	0.430	0.500	-0.379 **	1.000							
3.Experiência de Trabalho	6.469	6.093	0.131	-0.074	1.000						
4.ocupação	1.330	0.718	-0.047	-0.166	0.121	1.000					
5.Gênero	1.510	0.505	0.018	0.024	-0.005	-0.124	1.000				
6.Cargo	1.900	1.046	-0.208	0.046	-0.064	-0.287 *	0.140	1.000			
7.Machiavellianism	2.142	0.865	-0.108	0.173	0.042	-0.023	-0.123	-0.149	1.000		
8.Locus of control	9.465	3.964	0.143	-0.071	-0.010	-0.125	-0.098	0.093	0.382 **	1.000	
9.Idade	24.265	7.750	-0.124	0.024	-0.293 *	-0.214	0.162	0.410 **	-0.050	0.028	1.000

**Correlação é significativa $p < 0.01$

*Correlação é significativa $p < 0.05$

Categorização/cenário codificado como 1 = escolha antiética, 0 = escolha Honesta

Gênero codificado como 1 = Masculino, 2 = Feminino

Grupos codificado como 1 = Priming Ambiente Transgressor, 2 = Controle

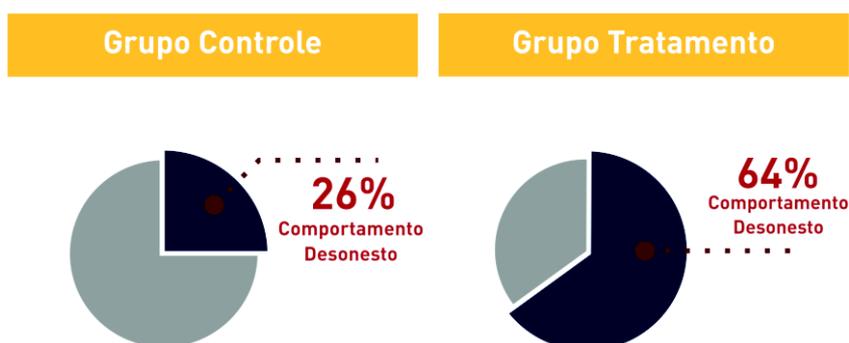
Experiência de trabalho tempo em anos

Idade em anos

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Nesse estudo a variável dependente foi convertida da escala ordinal para uma variável dicotômica. Caso o respondente escolhesse R\$ 20,00 (ou seja, o valor correto), a variável assume o valor 0, representando a escolha honesta. Caso o respondente escolhesse qualquer valor a maior, a variável assume o valor 1, representando a escolha antiética. Essa variável foi medida no cenário que descreve a história do funcionário pegando um táxi, analisando os dois grupos o resultado foi de diferença significativa, $F(1,47)=7.885$, $p=.007$.

Figura 4 - Comparação das escolhas desonestas entre os grupos



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Conforme Figura 4, 64% dos respondentes do grupo de tratamento selecionaram alternativas desonestas contra 26% do grupo de controle.

Os resultados desse estudo demonstraram que os indivíduos que estão sob um ambiente com alta incidência de corrupção tendem a ter comportamentos desonestos, fornecendo suporte para a relação proposta na hipótese 2, *a percepção de transgressões no ambiente aumenta a probabilidade de ocorrer comportamento desonesto pelo agente de compras.*

3.2 Estudo 2

O objetivo deste estudo foi testar a hipótese 2a, a qual afirma que o *priming* ético pode engajar o agente de compras a tomar decisões honestas quando este estiver em uma situação onde pode ter a oportunidade de obter um ganho financeiro a partir de sua atitude desonesta.

3.2.1 Método

O experimento foi conduzido online por meio da ferramenta *Amazon Turk*, foi utilizado o filtro para incluir apenas respondentes com cargo de trabalho atual de gerentes. Os participantes receberam \$0,50, sendo que poderia responder uma única vez. No total, o experimento contou com 70 respondentes, dos quais a grande maioria eram residentes dos Estados Unidos com exceção de apenas um respondente da Índia. Nesse estudo foram desconsiderados nove participantes os quais não passaram no teste de checagem de atenção e três participantes que apresentaram indícios de compreender o objetivo do experimento na etapa do *debriefing*. Portanto, a amostra final do estudo é de 58 participantes.

Dos respondentes (26 homens e 32 mulheres), a média de idade foi de 39 anos (SD= 11.133), 60.3% trabalhando todo período, 27,6% trabalhando meio período, 8,6% desempregado e 3,4% aposentado. Com relação ao nível de escolaridade, 10,3% *High school graduate*, 19% *some college*, 8,6% *trade/technical/vocational training*, 39,7% *college graduate*, 6,9% *some post graduate work*, 15,5% *post graduate degree*. O design do experimento é de um fator entre os participantes distribuídos aleatoriamente em duas condições, *priming* ético (27 pessoas) e condição controle (31 pessoas). A figura 5 apresenta o fluxo do estudo.

Inicialmente, os participantes liam o termo de consentimento e depois realizavam os exercícios presentes no grupo de tratamento e controle. As atividades

consistiam em um caça palavras⁷, que foi construído em *Javascript*, sendo interativo e impedindo do respondente de prosseguir o experimento sem finalizar o exercício. O código *Javascript* para essa atividade encontra-se no Anexo B.

Durante a atividade, o grupo de tratamento recebia o estímulo do *priming* ético, o qual foi construído conforme o método semântico de Bargh et al. (2001). A atividade consistia em um caça palavras com 13 palavras a serem descobertas, as palavras estavam distribuídas na horizontal da esquerda para direita ou da direita para esquerda ou na vertical lendo de cima para baixo ou de baixo para cima. Das 13 palavras que foram utilizadas cinco delas eram palavras neutras (*Notebook, Orange, pencil, television e paper*) e as demais palavras foram relativas ao conceito de honestidade (*purity, fair, good, honest, honor, loyalty, respect, right*). O objetivo do *priming* ético foi ativar atenção aos padrões morais dos participantes.

O grupo de controle também realizou a atividade do caça palavras, entretanto as 13 palavras a serem descobertas eram neutras (*coffee, developed, eraser, fork, kitchen, light, machine, mug, notebook, pencil, pin, potato, sister*). Após realizarem os exercícios, ambos os grupos respondiam a checagem de atenção que verificava se o participante estava realmente atento ao experimento.

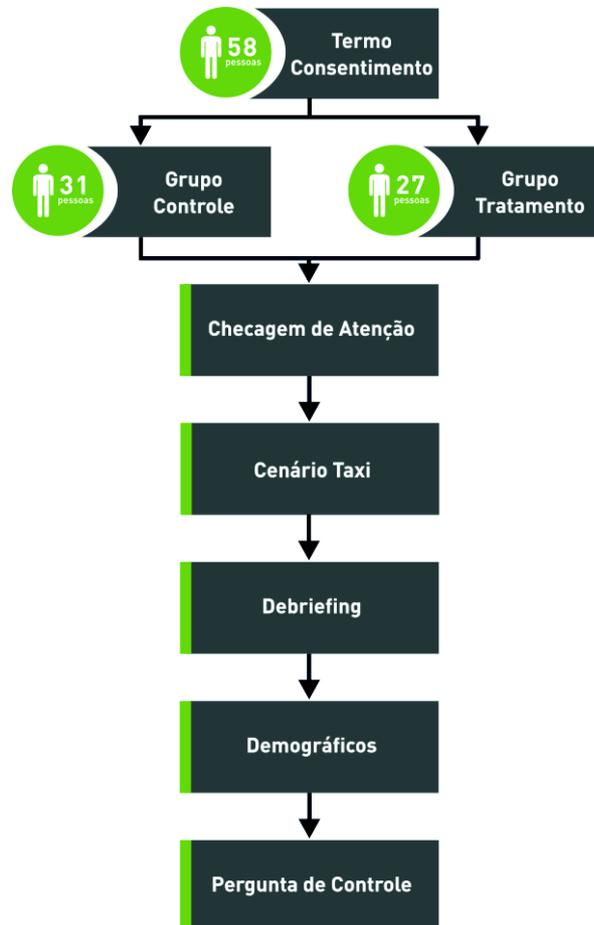
Posteriormente, os participantes liam a mesma história utilizado no estudo 1 sobre o funcionário que pegava um taxi e também eram indagados sobre qual o valor que o funcionário iria pedir no recibo. A diferença entre o estudo 1 é que nesse experimento o valor da corrida foi de \$ 15 e a empresa ressarcia até \$ 25. Os respondentes tinham como alternativa de resposta valores em forma *slider* entre \$15 até \$ 25 que variava \$ 0.77 entre os valores.

Após a etapa do cenário, os participantes responderam duas perguntas referentes à etapa de *debriefing*, o objetivo foi verificar se o *priming* ocorreu inconscientemente e se os respondentes não perceberam as motivações do experimento (BARGH; CHARTRAND, 2000). Na sequência foram feitas perguntas demográficas e finalizando a pergunta de controle a qual questionava os participantes que estavam trabalhando se eles haviam participado de algum treinamento ético nos últimos dois meses, o propósito dessa pergunta era desconsiderar participantes que tivessem participado de algum treinamento ético, pois a participação em um treinamento desse gênero poderia influenciar no

⁷ Wordfind.js 0.0.1 ©2012 Bill, Bunkat LLC. Wordfind os freely distributable under the MIT license. For all details and documentation: <http://github.com/bunkat/wordfind>

resultado do experimento. Entretanto, nenhum participante foi removido nessa etapa, pois não ocorreram respostas positivas para a questão.

Figura 5 - Fluxograma do Estudo 2



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

3.2.2 Resultados e Discussão

Com o intuito de verificar se as covariáveis escolaridade, idade, gênero e ocupação influenciam o resultado da variável dependente, foi realizada uma análise de covariância (tabela 4). Apenas a covariável ocupação que remete ao estado atual do respondente teve diferença significativa de médias $F=4.77$, $p=.033$.

Tabela 4 - Análise de Covariância do Estudo 2

Análise de Covariância Resultados para a variável dependente		
Source	F	p=
Covariáveis		
ocup	4.770	0.033
escol	0.007	0.936
Idade	0.016	0.900
Gênero	2.524	0.118

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Tabela 5 - Matriz de Médias, Desvios Padrões e Correlações do Estudo 2

Médias, Desvios Padrões e Correlações do Estudo 2								
Variável	Média	SD	1	2	3	4	5	6
1.Grupo	1.530	0.503	1.000					
2.categorização/cenário	0.470	0.503	-0.376 **	1.000				
3.gênero	1.550	0.502	-0.007	-0.201	1.000			
4.Idade	38.965	11.133	-0.119	-0.044	0.396 **	1.000		
5.escolaridade	4.600	1.533	-0.153	0.039	0.153	0.413 **	1.000	
6.ocupação	1.550	0.799	-0.223	0.267 *	0.103	0.229	0.311 *	1.000

**Correlação é significativa $p < 0.01$

*Correlação é significativa $p < 0.05$

Categorização/cenário codificado como 1 = escolha ética, 0 = escolha antiética

Gênero codificado como 1 = Masculino, 2 = Feminino

Grupos codificado como 1 = Priming Ético, 2 = Controle

Idade em anos

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Sobre a análise de correlação (tabela 5), a ocupação aparece correlacionada positivamente com a variável dependente, entretanto a correlação possui uma fraca carga.

Assim como o estudo 1, no segundo experimento a variável dependente foi convertida da escala ordinal para uma variável dicotômica. Caso o respondente escolhesse R\$ 15,00 (ou seja, o valor correto), a variável assume o valor 1, representando a escolha honesta. Caso o respondente escolhesse qualquer valor maior, a variável assume o valor 0, representando a escolha antiética. Essa variável dependente foi medida no cenário do taxi, analisando os dois grupos percebeu-se diferença significativa $F(1,56)=9.240$, $p=.004$, assim suportando a hipótese 2a, a qual afirma que o *priming* ético engaja o agente de compras a ter decisões honestas.

Figura 6 - Comparação de escolhas éticas entre os grupos



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

O grupo de tratamento que recebeu o *priming* ético teve 67% de suas escolhas éticas contra 29% de escolha ética realizada no grupo de controle (Figura 6).

3.3 Estudo 3

Esse estudo analisou o efeito do *priming* ético (hipótese 2a) em um cenário que simulou uma situação de compra organizacional onde havia chance de o agente de compras obter um ganho pessoal a partir de sua atitude desonesta. Além de analisar o efeito do *priming*, esse estudo testou a hipótese 2b que atesta que os *Padrões morais mediam o efeito do priming ético sobre o comportamento ético do agente de compras.*

3.3.1 Método

Assim como no estudo 2, esse experimento foi conduzido online por meio da *Amazon Turke* utilizado filtro para incluir apenas respondentes com cargo atual de trabalho nível de gerência. Os respondentes receberam \$ 0,60 por resposta e poderiam participar uma única vez. No total participaram 78 respondentes, dos quais 5 participantes que não passaram no teste de compatibilidade do browser foram removidos, assim como foram descartados 6 respondentes que haviam participado de treinamento sobre ética nos últimos dois meses. Assim, a base final foi de 67 participantes, sendo 82% dos Estados Unidos e os demais da Índia.

Dos participantes (36 homens e 31 mulheres) a média de idade foi de 39 anos (SD= 11.004), sobre escolaridade a concentração foi 52% *Bachelor's degree* e 22% *Master's degree*. 82% dos participantes estavam trabalhando em tempo integral no

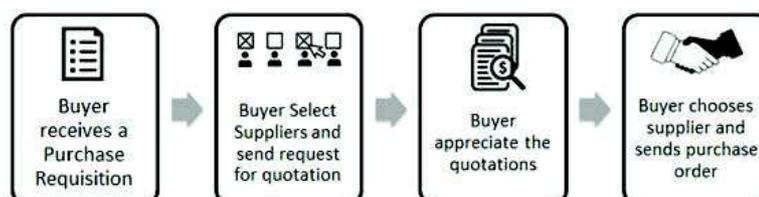
período em que responderam a pesquisa. O design experimental foi um fator entre os participantes distribuídos randomicamente em duas condições *priming* ético (34 pessoas) e controle (33 pessoas). A figura 9 apresenta o fluxograma do estudo.

Inicialmente os participantes respondiam o termo de consentimento, na sequencia passavam para o teste do browser com objetivo de verificar se o navegador do respondente suportava Java Script ou estava com o Java Script habilitado. Essa verificação foi necessária, pois o caça-palavras foi construído de forma que ele utilizava código Java Script como base de seu funcionamento. Aqueles participantes que não passaram no teste (6 pessoas) não prosseguiram para as demais etapas.

Os respondentes aprovados no teste do browser eram distribuídos entre as duas condições, aqueles que foram para a condição do *priming* ético, assim como o estudo 2, realizavam a atividade do caça palavras tendo a mesma composição, caça palavras com 13 palavras a serem descobertas, sendo cinco palavras neutras e as demais palavras relativas ao conceito de honestidade. Na condição de controle havia a atividade do caça palavras, mas composto por palavras neutras tendo a intenção somente de “passar o tempo” do participante.

Posteriormente, todos os participantes recebiam informação que a próxima atividade seria uma simulação de um processo rotineiro de compras organizacionais. O objetivo deste cenário era verificar a reação dos participantes em uma atividade natural de um agente de compras. Assim como no estudo 2 este estudo também foi em terceira pessoa, para evitar respostas não naturais. Para os respondentes compreender a atividade foi apresentado um fluxo de compras (figura 7) e informado que o objetivo seria dar sua opinião sobre qual fornecedor o agente de compras iria escolher. Após, os participantes respondiam a etapa de checagem de atenção.

Figura 7 - Fluxo de compras apresentado ao respondente



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Os participantes recebiam a informação sobre o produto que o agente de compras deveria comprar (ver figura 8).

Figura 8 - *Requisition Form*

MT INDUSTRIAL SERVICES	
REQUISITION FORM	
Requester	John Doe
Number	1051
Date	10/14/16
Please Purchase the Following:	
QTY	Description and Specifications
20	Computer All in One Intel Core i5 4GB 1TB LED 27" Windows 10
Example Image	
	
*Fictitious names	

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Na sequência a seguinte pergunta era feita, “segundo sua opinião qual fornecedor o comprador irá escolher”, os respondentes recebiam alternativas que eram as cotações recebidas por e-mail. Primeira alternativa orçamento total de \$18,000.00, segunda um total de \$18,000.00 e o comprador recebia um “brinde” que era um pacote de viagem para duas pessoas com destino a Las Vegas e a terceira e última alternativa um orçamento no total de \$ 22,000.00.

Após o cenário de compras foi realizado o *debriefing*, nenhum participante foi removido nessa etapa. Depois os respondentes completavam a escala de identidade moral de Aquino e Reed’s (2002) com uma série de afirmações que identifica características pessoais como prestativo, honesto, generoso. A ideia é que o *priming* ético ativa estruturas moralmente conhecidas aumentando a identidade moral o sujeito (AQUINO et al., 2009; AQUINO; REED, 2002). Os participantes liam as afirmações e respondiam entre uma escala de cinco pontos entre discordo fortemente a concordo fortemente A confiabilidade da escala foi de .82.

Para finalizar, os participantes responderam perguntas demográficas, sobre idade, escolaridade e gênero, em seguida respondiam se haviam participado nos últimos dois meses de algum treinamento ético, nessa etapa foram retiradas seis

pessoas, o objetivo foi de remover do estudo os participantes que poderiam ter influência do treinamento ético realizado recentemente.

Figura 9 - Fluxograma do Estudo 3



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

3.3.2 Resultados e Discussão

A correlação entre as variáveis foi testada, porém nos itens em que ocorreu correlação significativa a carga foi baixíssima (Tabela 7). As médias por condições entre as variáveis se encontra na tabela 8. A escala *Moral Identity* (MIS) não obteve diferença entre os dois grupos, $F(1,65) = 3.186, p=.079$.

Tabela 7 - Matriz de Médias, Desvios Padrões e Correlações do Estudo 3

Médias, Desvios Padrões e Correlações do Estudo 3										
Variável	Média	SD	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Grupos	1.493	0.504	1.000							
2. Categorização/cenário	0.522	0.503	-0.134	1.000						
3. Moral Identity	3.587	0.535	0.216	-0.120	1.000					
4. Gênero	1.463	0.502	0.343 **	-0.311 *	0.198	1.000				
5. Idade	39.134	11.004	-0.009	0.263 *	-0.125	0.137	1.000			
6. Escolaridade	4.896	1.339	0.122	0.195	0.133	-0.107	0.033	1.000		
7. Área de trabalho	12.492	5.400	0.292 *	-0.164	-0.180	0.160	-0.012	-0.194	1.000	
8. Ocupação	1.284	0.714	0.238	0.045	-0.157	0.305 *	0.470 **	-0.048	0.187	1.000

**Correlação é significante $p < 0.01$

*Correlação é significante $p < 0.05$

Categorização/cenário codificado como 1 = escolha ética, 0 = escolha antiética

Gênero codificado como 1 = Masculino, 2 = Feminino

Grupos codificado como 1 = Priming Ético, 2 = Controle

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Tabela 8 - Médias por condições do Estudo 3

Médias por condições entre as variáveis do Estudo 3				
	Priming Ético	SD	Controle	SD
Moral Identity	3.473	0.102	3.703	0.077
Categorização/cenário	0.590	0.086	0.450	0.088

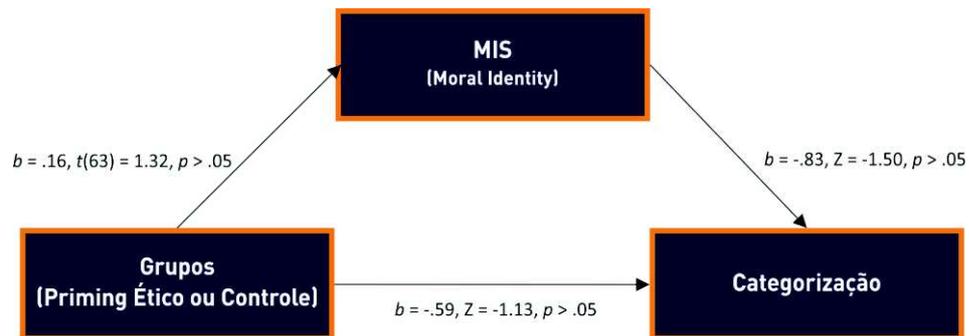
Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Nesse estudo a variável dependente foi convertida da escala ordinal para uma variável dicotômica. Caso o respondente escolhesse as cotações que eram sem “brinde”, a variável assume o valor 1, representando a escolha ética. Caso o respondente escolhesse a cotação com “brinde”, a variável assume o valor 0, representando a escolha desonesta. Essa variável dependente foi medida no cenário de compras, analisando os dois grupos percebeu-se que não ocorreu diferença significativa $F(1,65)=1.185$, $p=.280$, assim, a hipótese 2a não foi suportada nesse estudo.

A hipótese 2b afirma que o Padrão moral medeia a relação do *priming* ético sobre o comportamento honesto. Para essa análise foi utilizada a abordagem de Hayes (2013) que relaxa a premissa de distribuição normal de amostragem e permite testar vários mediadores simultaneamente, sendo considerado um avanço

em relação ao método *Sobel Test* (PRADO; KORELO; SILVA, 2014). Utilizando o macro PROCESS com a utilização do SPSS (HAYES, 2013), considerando *bootstrapping* de 1.000 reamostragens com intervalo de confiança de 95% (PREACHER; HAYES, 2008) os dados não proveram suporte à hipótese 2b. Portanto, não foi encontrada diferença significativa nas relações, a Figura 10 ilustra essa informação com maiores detalhes.

Figura 10 - Resultado da Mediação do Estudo 3



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

4 DISCUSSÃO GERAL E IMPLICAÇÕES

Diariamente são percebidas evidências empíricas sobre atos de desonestidade, como ocorrências de corrupção e suborno com envolvimento de empresas privadas. Entretanto, a concentração das pesquisas sobre corrupção é abordando a corrupção entre governo e empresas (LEE; OH; EDEN, 2010; LIU; AN; ZHANG, 2016; PILLAY; KLUVERS, 2014; VERBEKE; KANO, 2013). Direcionando-se na contramão da tendência das pesquisas sobre comportamento ético, este trabalho investiga a esfera de tomada de decisão ética no ambiente privado, especificamente o agente de compras, abordando também o *priming* ético como um estímulo objetivando reduzir o comportamento desonesto dos indivíduos.

No estudo 1 foi investigado como o ambiente influencia a tomada de decisão ética do indivíduo. Neste estudo foi utilizado um cenário conhecido de pegar um táxi para realizar um trajeto ao trabalho, no qual a maior parte das pessoas vivenciou em sua experiência profissional. Foi comprovado que investigações sobre assuntos éticos, os participantes tendem a responder na forma como elas deveriam agir e não em como geralmente agem nas situações apresentadas (ABBINK, 2006). Portanto, para evitar esse efeito de “*social desirability*” e tornar os respondentes desinibidos e responderem com sinceridade, optou-se por apresentar o cenário em terceira pessoa “Quanto você acredita que o funcionário vai pedir para que o taxista preencha?”.

O fato dos participantes lerem notícias reais de transgressões foi o estímulo necessário para se sentirem em um ambiente onde o “errado é o certo”, dado que as notícias trazidas foram de casos em que a maioria dos envolvidos não sofreram penalidades pelos atos desonestos cometidos. Os resultados mostraram que o ambiente tem grande influência sobre a tomada de decisão ética. A diferença de resultado entre o grupo de tratamento e controle foi extremamente significativa, sendo assim confirmada a hipótese 1 - **A percepção de transgressões no ambiente aumenta a probabilidade de ocorrer comportamento desonesto pelo agente de compras.**

No segundo estudo o objetivo foi investigar qual seria a reação dos participantes no mesmo cenário do táxi utilizado no primeiro estudo. Participantes do grupo de tratamento receberam um estímulo ao “contrário” do recebido no primeiro estudo, o *priming* ético foi utilizado com o propósito de engajar uma tomada de

decisão ética. Os resultados comprovaram a hipótese 2a, **o *priming* ético produz um efeito redutor de comportamento desonesto**, ao contrário do resultado do primeiro estudo, a maioria dos participantes tomou uma decisão ética.

O terceiro estudo trouxe uma modificação no cenário, onde foi simulada uma atividade de rotina na área de compras, exclusivamente o momento de escolha do fornecedor, os participantes liam sobre a história de um agente de compras que deveria comprar alguns computadores, em seguida os respondentes eram questionados sobre qual fornecedor o agente escolheria, entre os orçamentos apresentados, um deles o fornecedor oferecia um presente para o comprador, caso ele comprasse os computadores com ele. Neste estudo a escolha antiética era escolher o fornecedor que estava oferecendo o “presente”, que gera uma influência na tomada de decisão do agente de compras ocorrendo um conflito de interesse.

O objetivo deste cenário era simular aos participantes a rotina de uma agente de compras e assim testar o efeito do *priming* nesta situação, porém não houve diferença entre os grupos. Nesse mesmo estudo, foi testado a hipótese 2b, que remete a que os padrões morais do indivíduo já construídos por suas experiências de vida acabam por mediar o efeito do *priming* ético sobre o comportamento ético. Em outras palavras, essa hipótese se remete que quando o indivíduo tem um padrão moral falho, ele tende a permanecer desonesto mesmo recebendo estímulo do *priming* ético para agir de forma contrária. Essa hipótese não foi confirmada, contrariando o estudo de Welsh que encontrou resultado positivo em seus experimentos (WELSH; ORDÓÑEZ, 2014).

4.1 Implicações Teóricas

O resultado do primeiro estudo apresentou que o ambiente influencia a tomada de decisão ética, mostrando que um clima organizacional antiético com frequência de atos desonestos entre os funcionários e organização gera o engajamento dos indivíduos ali inseridos a agir de forma desonesta. Esse resultado vai ao encontro de outros estudos que investigaram o ambiente como preditor do comportamento antiético (ARMSTRONG, 1996; STACHOWICZ-STANUSCH; SIMHA, 2013).

A maioria das investigações sobre a tomada de decisão ética parte do pressuposto que o processo ocorre de forma deliberada, consciente e racional

(KISH-GEPHART; HARRISON; TREVIÑO, 2010; TENBRUNSEL; SMITH-CROWE, 2008). Entretanto, o resultado dessa pesquisa comprovou que o *priming* ético estimula de forma inconsciente o processo de tomada de decisão ética, contribuindo para a teoria de Reynolds, na qual a decisão ética ocorre no subconsciente do indivíduo (REYNOLDS, 2006).

Contrariando as teorias *Fraud Triangle* (CRESSEY, 1973) e a SMORC (BECKER, 1974) que afirmam que o benefício monetário e a baixa probabilidade de ser pego são fatores suficientes para a pessoa tomar uma decisão desonesta essa pesquisa provou que a tomada de decisão ética envolve mecanismos psicológicos e cognitivos, e que é possível engajar o comportamento ético com estímulos do *priming* ético que ocorrem de forma subconsciente no indivíduo.

Um dos propósitos de estudo do Comportamento Operacional (CO) é solucionar problemas relativos a tomada de decisão focando em como obter melhores decisões (HAMALAINEN; LUOMA; SAARINEN, 2013). Porém, há um *gap* na literatura sobre tomada de decisão ética entre a relação de comprador-fornecedor. A maioria das pesquisas abordam os precursores, possíveis razões da existência de corrupção na área de compras ou ferramentas como código de ética como forma de barrar o comportamento antiético, mas não foram encontradas pesquisas que abordam o *priming* como forma de reduzir o engajamento do comportamento antiético (ARNOLD; NEUBAUER; SCHOENHERR, 2012; BADENHORST, 1994; CARTER, 2000; HILL et al., 2009; HO, 2012; KAYNAK et al., 2015; KAYNAK; SERT, 2012; LANDEROS; PLANK, 1996; SAINI, 2010).

Integrando conceitos cognitivos e da psicologia da tomada de decisão o resultado dessa pesquisa apresentou que o *priming* ético pode sensibilizar a tomada de decisão do indivíduo, contribuindo para CO, que recentemente vem inserindo psicologia social, psicologia cognitiva e considerando os vieses e heurísticas, até recentemente não consideradas nos estudos da área (BENDOLY et al., 2010; PISANO; GINNO, 2007).

Além de contribuir para a área de CO, o resultado contribui para a área de *security police compliance*, alertando que essa área de pesquisa precisa levar em consideração os processos cognitivos e psicológicos, visto que essa área de pesquisa se utiliza de um aglomerado de medidas (sanções, punições, códigos de ética e monitoramento), para assegurar que os funcionários cumpram rigorosamente as políticas de segurança, mas levou algumas críticas por não considerar o lado

motivacional do indivíduo em alguns resultados empíricos comprovando que valores e crenças do funcionário estão positivamente relacionados para a efetividade das políticas de segurança. Devido a isso, essa pesquisa contribui para essa área teórica fornecendo um conhecimento prévio para novas pesquisas testando a efetividade do *priming* ético em outras áreas de trabalho (D'ARCY; HERATH, 2011; HU et al., 2011).

Tabela 9 – Resumo de Contribuições Teóricas

Estudo	Contribuição Teórica
Estudo 1	Reforçou os resultados encontrados nos estudos de ARMSTRONG, 1996; STACHOWICZ-STANUSCH; SIMHA, 2013, de que o ambiente organizacional é um preditor do comportamento antiético.
Estudos 2 e 3	Contribuiu reforçando a Teoria de Reynolds (2006) sobre a Tomada de Decisão Ética e a teoria <i>Self-Concept Maintenance</i> de Mazar et al. (2009); As evidências encontradas do <i>Priming</i> Ético confirmou o resultado do estudo de WELSH; ORDÓÑEZ, (2014), de que o <i>Priming</i> é capaz de engajar o comportamento ético.

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

4.2 Implicações Práticas

Com a profusão de notícias divulgadas diariamente envolvendo atos desonestos é fato que é prevalente o comportamento antiético no dia a dia dos indivíduos, desde atos envolvendo políticos, empresas privadas, esportistas ou colegas de trabalho. É difícil negar que em nenhum momento da vida não se presencie algum ato desonesto, inclusive dentro do ambiente de trabalho como gerentes inflando relatórios de resultado, ocultando de certa forma informações que possam prejudicar seu desempenho profissional, ou aproveitando o prestígio de trabalhar em companhia importante para obter ganhos financeiros ilícitos. No mesmo sentido se associar a rotina de um indivíduo é possível que o mesmo já tenha presenciado e/ou realizado *downloads* ilegais, furado fila ou recebido um troco de dinheiro a mais e não ter relatado ao operador de caixa.

Os pequenos atos de desonestidade podem evoluir a um nível maior de transgressões como aceitar suborno, oferecer propina, maquiagem resultados financeiros. Como alternativas para explicar essa evolução das transgressões surgem a teoria *Self-concept* e o mecanismo “*slippery slope*”. Eles esclarecem que conforme as transgressões são cometidas, o indivíduo encontra razões para justificar este ato falho, a fim de se auto regular para se sentir bem consigo mesmo. Caso o indivíduo seguidamente cometa atos desonestos, a gravidade de suas transgressões aumenta gradativamente, até mesmo modificando a reação do cérebro diante de situações éticas (GARRETT et al., 2016; MAZAR; AMIR; ARIELY, 2008a; WELSH et al., 2015).

Todo esse fluxo de informações sobre corrupção faz com que a efetividade dos treinamentos éticos e sanções adotadas há um longo tempo nas organizações sejam questionadas. Por isso, essa pesquisa tem um resultado incrível e surge como uma alternativa de inconscientemente estimular o engajamento do comportamento ético entre os profissionais. Não apenas limitando-se no ambiente de compras, mas podendo abranger outras áreas das organizações. Também é possível que no futuro essa ferramenta seja desenvolvida de tal forma que se integre em sistemas ou processos organizacionais engajando inconscientemente o comportamento ético na rotina dos profissionais de compras.

4.3 Limitações e Direções para Futuras Pesquisas

Essa pesquisa possui algumas limitações que devem ser consideradas para trabalhos futuros. Para futuras pesquisas é interessante considerar uma amostra composta de profissionais de compras. Entretanto deve-se criar um cenário onde o profissional não possa perceber o que está sendo medido, algo que necessita de um grande esforço no desenvolvimento do estudo.

Com relação ao contexto cultural, em próximos estudos sugere-se considerar regiões com alto grau de corrupção contra outras regiões com baixo grau, para assim comparar se a cultura interfere diretamente na tomada de decisão do indivíduo. Além disso, aconselha-se testar outras formas de realizar o estímulo do *priming* ético, como por exemplo, imagens, frases ou mesmo o E-prime⁸.

⁸ <https://www.pstnet.com/eprime.cfm>

Para futuras pesquisas utilizando o cenário de compras sugere-se utilizar abordagens com observação direta como o *eye tracking*. Essa abordagem monitora o comportamento mapeando os pontos de visualização do respondente, tornando possível comparar a tomada de decisão com a tendência que o participante demonstra em momentos antes da resposta, também proporcionando mais evidências para embasar a pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ABBINK, K. Laboratory experiments on corruption. In: ROSE-ACKERMAN, S. (Ed.). **International Handbook on the Economics of Corruption**. Cheltenham: Edward Elg, 2006. p. 418.
- AQUINO, K. et al. Testing a social-cognitive model of moral behavior: the interactive influence of situations and moral identity centrality. **Journal of personality and social psychology**, v. 97, n. 1, p. 123–41, 2009.
- AQUINO, K.; REED, A. I. The self-importance of moral identity. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 83, n. 6, p. 1423–1440, 2002.
- ARMSTRONG, R. W. The relationship between culture and perception of ethical problems in international marketing. **Journal of Business Ethics**, v. 15, n. 11, p. 1199–1208, 1996.
- ARNOLD, U.; NEUBAUER, J.; SCHOENHERR, T. Explicating factors for companies' inclination towards corruption in Operations and supply chain management: An exploratory study in Germany. **International Journal of Production Economics**, v. 138, n. 1, p. 136–147, 2012.
- AYAL, S.; HOCHMAN, G.; ARIELY, D. Editorial: Dishonest Behavior, from Theory to Practice. **Frontiers in Psychology**, v. 7, n. September, p. 1–3, 2016.
- BADENHORST, J. A. Unethical behaviour in procurement: A perspective on causes and solutions. **Journal of Business Ethics**, v. 13, n. 9, p. 739–745, 1994.
- BARGH, J. A. et al. The Automated Will: Nonconscious Activation and Pursuit of Behavioral Goals. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 81, n. 6, p. 1014–1027, 2001.
- BARGH, J. A.; CHARTRAND, T. L. The mind in the middle: A practical guide to priming and automaticity research. **Handbook of research methods in social and personality psychology**, p. 253–285, 2000.
- BARGH, J. A.; CHEN, M.; BURROWS, L. Automaticity of social behavior: direct effects of trait construct and stereotype-activation on action. **Journal of personality and social psychology**, v. 71, n. 2, p. 230–244, 1996.
- BECKER, G. S. Crime and Punishment: An Economic Approach. In: **Essays in the Economics of Crime and Punishment**. [s.l.] NBER, 1974. v. 1p. 1–54.
- BELL, G. G.; OPPENHEIMER, R. J.; BASTIEN, A. Trust deterioration in an international buyer- supplier relationship. **Journal of Business Ethics**, v. 36, n. 1/2, p. 65–78, 2002.
- BENDOLY, E. et al. Bodies of knowledge for research in behavioral operations. **Production and Operations Management**, v. 19, n. 4, p. 434–452, 2010.

BERGER, J.; MEREDITH, M.; WHEELER, S. C. Contextual Priming: Where People Vote Affects How They Vote. **Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America**, v. 105, n. 26, p. 8846–8849, 2008.

CARTER, C. R. Precursors of Unethical Behavior. **The Journal of Supply Chain Management: A Global Review of Purchasing and Supply**, n. February, p. 45–56, 2000.

CRESSEY, D. R. **Other People's Money: A Study in the Social Psychology of Embezzlement**. Montclair, NJ: Patterson-Smith, 1973.

D'ARCY, J.; HERATH, T. A Review and Analysis of Deterrence Theory in the IS Security Literature: Making Sense of the Disparate Findings. **European Journal of Information Systems**, v. 20, n. 6, p. 643–658, 2011.

DONOGHUE, S. Projective techniques in consumer research. **Journal of Family Ecology and Consumer Sciences**, v. 28, p. 47–53, 2000.

FORUM, W. E. World Economic Forum. **Forum American Bar Association**, 2009.

GARRETT, N. et al. The brain adapts to dishonesty. **Nature Neuroscience**, v. 19, n. October, p. 1–6, 2016.

GIBBS, J. P. **Crime, punishment and deterrence**. New York: Elsevier, 1975.

GINO, F.; AYAL, S.; ARIELY, D. Contagion and differentiation in unethical behavior: the effect of one bad apple on the barrel. **Psychological science : a journal of the American Psychological Society / APS**, v. 20, n. 3, p. 393–8, 2009a.

GINO, F.; AYAL, S.; ARIELY, D. Contagion and Differentiation in Unethical Behavior :The Effect of One Bad Apple on the Barrel. **Psychological science : a journal of the American Psychological Society / APS**, v. 20, n. 3, p. 393–398, 2009b.

GREEN, J. Approaching the core of consumer behaviour. **Marketing Research**, v. 14, p. 649–656, 1984.

GUR, R. C.; SACKEIM, H. A. Self-deception: A concept in search of a phenomenon. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 37, n. 2, p. 147–169, 1979.

GYIMAH-BREMpong, K. Corruption, economic growth, and income inequality in Africa. **Economics of Governance**, v. 3, n. 3, p. 183–209, 2002.

HAIDT, J.; JOSEPH, C. Intuitive Ethics: How Innately Prepared Intuitions Generate Culturally Variable Virtues. **Daedalus**, v. 133, p. 55–66, 2004.

HAMALAINEN, R. P.; LUOMA, J.; SAARINEN, E. On the importance of behavioral operational research: The case of understanding and communicating about dynamic systems. **European Journal of Operational Research**, v. 228, n. 3, p. 623–634, 2013.

HANDFIELD, R. B.; BAUMER, D. L. Managing Conflict of Interest Issues in Purchasing. **Journal of Supply Chain Management**, v. 42, n. 3, p. 41–50, 2006.

HARVEY, A. H. et al. Monetary Favors and Their Influence on Neural Responses and Revealed Preference. **The Journal of Neuroscience**, v. 30, n. 28, p. 9597–9602, 2010.

HAYES, A. F. **Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis : a regression-based approach**. Guilford ed. New York: [s.n.].

HILL, J. A. et al. The effect of unethical behavior on trust in a buyer-supplier relationship: The mediating role of psychological contract violation. **Journal of Operations Management**, v. 27, n. 4, p. 281–293, 2009.

HO, Y. A review of research on ethical decision-making of purchasing professionals. **Information Management and Business Review**, v. 4, n. 2, p. 72–78, 2012.

HU, Q. et al. Does deterrence work in reducing information security policy abuse by employees? **Communications of the ACM**, v. 54, n. 6, p. 54, 2011.

INSTITUTE FOR SUPPLY MANAGEMENT. **Principles and Standards of Ethical Supply Management Conduct with Guidelines**. Tempe, Arizona: [s.n.].

JAAKSON, K. et al. Virtue in small business in small places: Organisational factors associated with employee dishonest behavior in the retail sector. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 34, n. April 2016, p. 168–176, 2017.

JOHNSTON, A. C.; WARKENTIN, M.; SIPONEN, M. T. An Enhanced Fear Appeal Rhetorical Framework: Leveraging Threats to the Human Asset Through Sanctioning Rhetoric. **MIS Quarterly**, v. 39:1, n. February 2016, p. 113–134, 2015.

JONES, T. M. Ethical Decision Making by Individuals in Organizations : An. **The Academy of Management Review**, v. 16, n. 2, p. 366–395, 1991.

KAY, A. C. et al. Material priming: The influence of mundane physical objects on situational construal and competitive behavioral choice. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 95, n. 1, p. 83–96, 2004.

KAYNAK, R. et al. Supply chain unethical behaviors and continuity of relationship: Using the PLS approach for testing moderation effects of inter-organizational justice. **International Journal of Production Economics**, v. 162, p. 83–91, 2015.

KAYNAK, R.; SERT, T. The Impact of Service Supplier's Unethical Behavior to Buyer's Satisfaction: An Empirical Study. **Journal of Business Ethics**, v. 109, n. 2, p. 219–226, 2012.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um tratamento conceitual**. São Paulo: E.P.U, 1980.

KISH-GEPHART, J. J.; HARRISON, D. A; TREVIÑO, L. K. Bad apples, bad cases, and bad barrels: meta-analytic evidence about sources of unethical decisions at work. **The Journal of applied psychology**, v. 95, n. 1, p. 1–31, 2010.

- LANDEROS, R.; PLANK, R. E. How ethical are purchasing management professionals? **Journal of Business Ethics**, v. 15, n. 7, p. 789–803, 1996.
- LEE, S. H.; OH, K.; EDEN, L. Why Do Firms Bribe? Insights from Residual Control Theory into Firms' Exposure and Vulnerability to Corruption. **Management International Review**, v. 50, n. 6, p. 775–796, 2010a.
- LEE, S. H.; OH, K.; EDEN, L. Why Do Firms Bribe?: Insights from Residual Control Theory into Firms' Exposure and Vulnerability to Corruption. **Management International Review**, v. 50, n. 6, p. 775–796, 2010b.
- LIU, Y.; AN, Y.; ZHANG, J. Bribe payments under regulatory decentralization: Evidence from rights offering regulations in China. **Journal of Banking and Finance**, v. 63, p. 61–75, 2016.
- MAZAR, N.; AMIR, O.; ARIELY, D. The Dishonesty of Honest People: A Theory of Self-Concept Maintenance. **Journal of Marketing Research**, v. 45, n. 6, p. 633–644, 2008a.
- MAZAR, N.; AMIR, O.; ARIELY, D. More Ways to Cheat – Expanding the Scope of Dishonesty. **Journal of Marketing Research**, v. 45, n. 6, p. 651–653, 2008b.
- MOCAN, N. What Determines Corruption? International Evidence From Microdata. **Economic Inquiry**, v. 46, n. 4, p. 493–510, 2008.
- PILLAY, S.; KLUVERS, R. An Institutional Theory Perspective on Corruption : The Case of a Developing Democracy. **Financial Accountability & Management**, v. 30, n. 1, p. 95–119, 2014.
- PISANO, G.; GINNO, F. Toward a Theory of Behavioral Operations Toward a Theory of Behavioral Operations. **Manufacturing & Service Operations Management**, v. 10, n. 4, p. 676–691, 2007.
- PLANK, RICHARD E.; LANDEROS, ROBERT; PLANK FERNANDES, L. Values Driving Decisions in Questionable Purchasing Situations. **International Journal of Purchasing and Materials Management**, p. 44–53, 1994.
- PRADO, P. H. M.; KORELO, J. C.; SILVA, D. M. L. DA. Mediation, Moderation and Conditional Process Analysis. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 4, p. 04–24, 2014.
- PREACHER, K. J.; HAYES, A. F. Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. **Behavior research methods**, v. 40, n. 3, p. 879–891, 2008.
- REYNOLDS, S. J. A neurocognitive model of the ethical decision-making process: implications for study and practice. **The Journal of applied psychology**, v. 91, n. 4, p. 431–453, 2006.
- ROCHA, A. DA; FERREIRA, J. B.; SILVA, J. F. DA. Entendendo os Modelos de Compra Organizacional. **V EMA - Encontro de Marketing da ANPAD**, p. 1–16, 2012.

SAINI, A. Purchasing Ethics and Inter-Organizational Buyer–Supplier Relational Determinants: A Conceptual Framework. **Journal of Business Ethics**, v. 95, n. 3, p. 439–455, 2010.

SHALVI, S.; HANDGRAAF, M. J. J.; DE DREU, C. K. W. Ethical Manoeuvring: Why People Avoid Both Major and Minor Lies. **British Journal of Management**, v. 22, n. SUPPL. 1, p. 16–27, 2011.

SHETH, J. N. A Model of Industrial Buyer Behavior. **The Journal of Marketing**, v. 37, n. 4, p. 50–56, 1973.

SHU, L. L. et al. Signing at the beginning makes ethics salient and decreases dishonest self-reports in comparison to signing at the end. **Proceedings of the National Academy of Sciences**, v. 109, n. 38, p. 15197–15200, 2012.

SINGH, A. Bribery and corruption: ground reality in India. **EY Fraud Investigation & Dispute Services: India**, 2013.

SOMMESTAD, T. et al. Variables influencing information security policy compliance: a systematic review of quantitative studies. **Information management and computer security**, v. 22, n. 1, p. 42–75, 2014.

SPICER, A.; DUNFEE, T. W.; BAILEY, W. J. Does National Context Matter in Ethical Decision Making? An Empirical Test of Integrative Social Contracts Theory. **Academy of Management Journal**, v. 47, p. 610–620, 2004.

STACHOWICZ-STANUSCH, A.; SIMHA, A. An empirical investigation of the effects of ethical climates on organizational corruption. **Journal of Business Economics and Management**, v. 14, n. sup1, p. S433–S446, 2013.

TENBRUNSEL, A. E.; SMITH-CROWE, K. Ethical Decision Making: Where We've Been and Where We're Going. **The Academy of Management Annals**, v. 2, n. 1, p. 545–607, 2008.

VERBEKE, A.; KANO, L. The transaction cost economics (TCE) theory of trading favors. **Asia Pacific Journal of Management**, v. 30, n. 2, p. 409–431, 2013.

WELSH, D. T. et al. The slippery slope: How small ethical transgressions pave the way for larger future transgressions. **Journal of Applied Psychology**, v. 100, n. 1, p. 114–127, 2015.

WELSH, D. T.; ORDÓÑEZ, L. D. Conscience without cognition: The effects of subconscious priming on ethical behavior. **Academy of Management Journal**, v. 57, n. 3, p. 723–742, 2014.

WHEELER, S. C.; PETTY, R. E. The effects of stereotype activation on behavior: a review of possible mechanisms. **Psychological bulletin**, v. 127, n. 6, p. 797–826, 2001.

APÊNDICE A – PROTOCOLO DO ESTUDO 1

1. TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Pesquisa coordenada por: Dr. Iuri Gavronski PPGADM – UNISINOS.

Concordo em participar da pesquisa de “Construção e Validação de um Instrumento de Avaliação do Comportamento Organizacional”.

Estou ciente de que todas as pessoas poderão participar voluntariamente do estudo.

PROCEDIMENTOS:

Fui informado/a que minha participação consiste em responder um questionário.

RISCOS:

Fui informado que não existe nenhum risco.

PARTICIPAÇÃO VOLUNTÁRIA:

Minha participação neste estudo será voluntária, podendo desistir a qualquer momento.

DESPESAS:

Não terei nenhum custo.

CONFIDENCIALIDADE:

Estou ciente de que minha identidade permanecerá confidencial durante todas as etapas do estudo.

Esclarecimentos sobre a pesquisa podem ser obtidos diretamente com o pesquisador, através do e-mail manuelas334@gmail.com.

() De acordo

() Não desejo Participar

2. Você já trabalhou? Caso nunca tenha trabalhado ou feito estágio, ou tenha menos de um ano de experiência, responda "Não"

() Sim

() Não

A partir desse momento os participantes são randomizados em dois grupos.

3. Notícia do grupo de Controle

Ratos com 'amnésia' têm memórias restauradas por luz

Memórias perdidas podem ainda estar escondidas no cérebro



Nova pesquisa mostra que memórias “perdidas” se escondem no cérebro esperando para ser encontradas novamente — pelo menos em camundongos. Segundo o “Washington Post”, citando estudo publicado quinta-feira na revista “Science”, os pesquisadores Tomás J. Ryan, Dheeraj S. Roy, Michele Pignatelli¹, Autumn Arons e Susumu Tonegawa foram capazes de reativar memórias que eles próprios tinham suprimido, indicando que a amnésia retrógrada — aquela em que as memórias são perdidas após trauma cerebral — pode ser mais um problema de recuperação da memória do que uma perda real de dados.

Os pesquisadores usaram uma técnica chamada optogenética, que consiste em escolher neurônios específicos e introduzir uma proteína especial neles por meio de um vírus artificialmente projetado. Uma vez que a proteína se faz presente nas células do cérebro, estas células ficam sensíveis à luz azul. Isso permite que os pesquisadores “liguem e desliguem” determinados neurônios à vontade.

Neste caso, eles criaram uma memória ruim aplicando choques elétricos em camundongos repetidamente em um gabinete especial. Eles detectaram e escolheram quais neurônios foram estimulados quando os ratos reviveram a memória (como evidenciado por seu visível medo de estar na câmara de choque) e tornaram esses neurônios — que juntos são chamados de “engramas de memória” — sensíveis à luz em um novo lote de camundongos antes de treiná-los com o mesmo choque.

Em seguida, eles fizeram as memórias desaparecerem como se faz em alguém com amnésia retrógrada: alguns dos camundongos foram injetados com uma droga chamada anisomicina, que desorganiza a formação da memória.

RESULTADO FOI O ESPERADO

Como se esperava, esses ratos pararam de ter medo da câmara de choque — até que pesquisadores utilizaram a luz azul para ativar os neurônios que eles sabiam estar armazenando a memória reprimida. O resultado foi que, em seguida, a resposta de medo deles voltou.

Com base nas suas conclusões, os pesquisadores acreditam que memórias “perdidas” podem deixar engramas ativos no cérebro. No entanto, os resultados não representam uma cura para humanos com amnésia em breve.

“É muito difícil fazer isso em humanos, em parte por razões éticas, já que o trabalho é invasivo, mas também porque nós marcamos as memórias no cérebro antes que elas sejam aprendidas” disse ao “The Verge” Tomas Ryan, um neurocientista do MIT e um coautor do estudo. Mas o trabalho sugere que memórias “perdidas” podem ainda se esconder no cérebro, por isso é possível que os seres humanos talvez um dia possam encontrar uma forma mais plausível de recuperá-las.

<http://oglobo.globo.com/sociedade/ciencia/ratos-com-amnesia-tem-memorias-restauradas-por-luz-16315113>

- () O resultado dessa pesquisa é um avanço muito importante, pois pode encontrar, no futuro, soluções para a recuperação da memória.
- () O uso de animais em pesquisas são muito importante para evolução da ciência.
- () O governo Brasileiro deveria incentivar nossa ciência para que também fosse possível realizar pesquisas inovadoras.

4. Notícias do Grupo *Priming* ambiente transgressor

CASO: Sudam

ROMBO: R\$ 214 milhões

QUANDO: 1998 e 1999

ONDE: Senado Federal e União

Dirigentes da Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia desviavam dinheiro por meio de falsos documentos fiscais e contratos de bens e serviços. Dos 143 réus, apenas um foi condenado e recorreu da sentença. Jader Barbalho, acusado de ser um dos pivôs do esquema, renunciou ao mandato de senador, mas foi **reeleito em 2011**.

Marque afirmação correta para notícia acima:

- () “reeleito em 2011”: A população tem memória fraca ou já está acostumada com trapaças e impunidade no Brasil
- () Além do Senado e União, estavam envolvidas empresas privadas. A trapaça e corrupção não são limitadas a pessoas públicas.
- () Como disse Cícero, "a esperança de impunidade é que motiva as pessoas a trapacear cada vez mais."
- () Corrupção e trapaça: isso está presente na nossa história e nos atos percebidos diariamente neste país.

5. Navalha na carne

CASO: Operação Navalha

ROMBO: R\$ 610 milhões

QUANDO: 2007

ONDE: Prefeituras, Câmara dos Deputados e Ministério de Minas e Energia
Atuando em nove estados e no Distrito Federal, empresários ligados à Construtora Gautama pagavam propina a servidores públicos para facilitar licitações de obras. Até projetos ligados ao Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e ao Programa Luz Para Todos foram fraudados. **Todos** os 46 presos pela Polícia Federal foram **soltos**.

Marque afirmação correta para notícia acima:

- () É normal no Brasil os partidos políticos agirem de forma corrupta.
- () A polícia Federal até que realizou um bom trabalho investigativo. O problema é que não ocorreu uma punição aos envolvidos no caso.
- () A justiça aqui no Brasil se “atrapalha” com o excesso de burocracia.
- () A impunidade faz parte da rotina de todos os brasileiros.

6. Conforme trecho retirado do livro 1808 de Laurentino Gomes que conta a história da corte portuguesa no Brasil:

“Outra herança da época de **D. João** é a prática da “**caixinha**” nas concorrências e pagamentos dos serviços públicos. O historiador Oliveira Lima, citando os relatos do inglês Luccock, diz que se **cobrava uma comissão de 17%** sobre todos os pagamentos ou saques no tesouro público. Era uma forma de extorsão velada: se o interessado não comparecesse com os 17%, os processos simplesmente paravam de andar. “A época de D. João VI estava destinada a ser na história brasileira, pelo que diz respeito à administração, de muita corrupção e peculato”, avaliou Oliveira Lima. “A corrupção medrava escandalosa e tanto contribuía para aumentar as despesas, como contribuía o contrabando para diminuir as rendas.”

Marque afirmação correta para relato acima:

- () A corrupção no Brasil se faz presente desde a época do Brasil Colônia.
- () Corrupção e impunidade andam juntas no país. Elas vêm ocorrendo desde a época Brasil Colônia até os dias de hoje. E ainda há pessoas que falam que gostariam que voltasse o tempo do Regime Militar. Essas pessoas não conhecem história. O caso de corrupção “Coroa Brastel”, por exemplo, ocorreu nos tempos do Regime Militar.
- () Suborno, comissão: não se consegue nada nesse país, se não utilizar esses artifícios.
- () O pior é a impunidade, que anda enraizada não só na esfera pública, mas também em empresas privadas.

7. MP investiga falsificação de notas fiscais por agentes da Susepe no RS

Suspeita envolve 158 agentes penitenciários do Rio Grande do Sul. Investigação aponta que em 1 ano eles receberam R\$ 3 milhões em diárias.

O esquema envolve agentes responsáveis por fiscalizar os presos do regime semiaberto, que usam tornozeleiras eletrônicas. Mesmo morando em Porto Alegre, os agentes comprovavam que residiam no interior e **apresentavam notas falsas de hotéis** para receber diárias. Um dos casos em 2014, o agente recebeu **mais de R\$ 30 mil**. Na maioria dos meses, só não teve diárias aos sábados e domingos. Em Junho, alegou ter se hospedado em um hotel e apresentou à Susepe **uma nota de R\$ 525,00**. Entretanto, o **valor original, da segunda via, é de R\$ 59**.

Marque afirmação correta para notícia acima:

- () Esse caso mostra que pessoas que tem responsabilidade de monitorar os presos estão agindo de forma igual e até mais grave do que os presos.
- () Vários agentes fazem isso, porque perceberam que não há supervisão de suas atividades.
- () Tolerância a condutas impróprias faz com que motive os agentes a tomarem atitudes como essas.
- () É fiscal que cobra “ajuda” para o empresário... É motorista que oferece uma cerveja para o guarda não multá-lo. A corrupção está enraizada.

8. Cenário:

Um funcionário de uma empresa faz uma corrida de táxi a trabalho. Ele deverá pagar pela corrida ao taxista, pedir recibo e ressarcir-se pela despesa no dia seguinte. O itinerário não é comum, portanto poucos de seus colegas terão condições de avaliar se o valor preenchido no recibo está correto. A empresa paga até R\$ 25,00 para corridas de táxi dentro da cidade. Ao final da corrida, o taxista se vira para o funcionário e diz: "Chegamos. O valor da corrida é 20 reais. Qual valor eu devo preencher no recibo?"

Quanto você acredita que o funcionário vai pedir para que o taxista preencha?

- R\$ 20,00
- R\$ 22,00
- R\$ 24,00
- R\$ 25,00

9. Quanto tempo você tem de experiência profissional (anos)? Considere também seu tempo como estagiário.

- Até 5 anos
- 6 a 10 anos
- 11 a 15 anos
- 16 a 20 anos
- 21 a 25 anos
- Mais de 25 anos

10. Descreva sua situação atual:

- Trabalhando
- Estagiando
- Nenhum dos dois

11. Quantos anos você tem?

- Até 20 anos
- 21 – 30
- 31 – 40
- 41 – 50
- 51 – 60
- 61 - 70

12. Em qual setor da economia você tem mais tempo de experiência profissional?

- Indústria
- Comércio
- Serviços

13. Qual foi sua posição hierárquica mais alta na empresa? Considere todo o seu tempo de trabalho, não apenas o último emprego.

- Operacional: estagiário, assistente.
- Supervisão de primeiro nível: tinha subordinados, mas eles eram todos operacionais
- Gerência média: seus subordinados eram supervisores de primeira linha
- Alta administração: diretoria ou presidência
- Outro

14. Qual seu sexo?

- Masculino
- Feminino

15. Dados de Sua Personalidade

Você deve preencher as questões seguintes indicando seu grau de concordância com cada uma das afirmativas. Marque -2 se você discorda totalmente, +2 se você concorda totalmente, 0 se nem concorda, nem discorda, -1 se você mais discorda do que concorda, e +1 se você mais concorda do que discorda.

	-2	-1	0	+1	+2
Eu geralmente observo que as coisas acontecerão, independente das minhas ações.					
Muitas vezes eu sinto que eu poderia tomar minhas decisões tirando cara-ou-coroa em uma moeda.					
Conseguir um bom emprego parece ser uma questão de sorte: estar no lugar certo, na hora certa.					
É difícil para pessoas comuns terem controle sobre o que os políticos fazem durante seus mandatos.					
Não adianta planejar, porque as coisas são apenas uma questão de sorte.					
Quando as coisas estão indo bem para mim, eu considero apenas um golpe de sorte.					
Sucesso é principalmente uma questão de boas chances.					
Eu penso que a vida é basicamente uma grande aposta.					
Não tem sentido preocupar-se com as coisas: o que será, será.					
Muitas vezes eu sinto que eu tenho pouca influência sobre as coisas que acontecem comigo.					
Sucesso em lidar com as outras pessoas parece ser mais uma questão de humor e dos sentimentos das outras pessoas do que das minhas próprias ações.					
Às vezes é difícil para mim fazer meu trabalho se eu não sou encorajado.					
Eu às vezes sinto-me ressentido por não fazer as coisas do meu jeito.					
Em algumas ocasiões eu desisti de fazer algo porque eu senti que não tinha habilidade.					
Geralmente, eu não me rebelo contra pessoas em posições de autoridade, mesmo quando elas estão erradas.					
Eu às vezes tento dar o troco, ao invés de perdoar e esquecer.					
Houve momentos em que eu fui bem invejoso da boa sorte dos outros.					
Eu às vezes me irrita com pessoas que me pedem favores.					
Eu já disse, de propósito, algo para ferir os sentimentos de alguém.					

16. Dados de comportamento no trabalho

Você deve preencher as questões seguintes indicando seu grau de concordância com cada uma das afirmativas. Marque -2 se você discorda totalmente, +2 se você concorda totalmente, 0 se nem concorda, nem discorda, -1 se você mais discorda do que concorda, e +1 se você mais concorda do que discorda. Lembre-se: não há respostas certas ou erradas. Apenas responda como você se sente hoje. Ninguém vai conhecer suas respostas.

	-2	-1	0	+1	+2
Eu acredito que mentir é necessário para manter a vantagem competitiva sobre os colegas de trabalho.					
O único bom motivo para conversar com os colegas de trabalho é obter informações que possam me beneficiar					
Eu sou anti-ético quando acredito que isto me ajuda a obter sucesso profissional.					
Estou disposto a sabotar os esforços dos colegas se eles ameaçam meus objetivos.					
Eu trapacearia no trabalho se tivesse uma baixa chance de ser pego.					
Eu gosto de dar ordens aos meus colegas de trabalho.					
Eu gosto de controlar outros colegas de trabalho.					
Eu gosto de ser capaz de controlar a situação no meu ambiente de trabalho.					
Status é um bom sinal de sucesso profissional.					
Acumular riqueza é um objetivo importante para mim.					
Eu quero ser rico e poderoso.					
As pessoas na empresa são apenas motivadas por ganhos pessoais.					
Eu não gosto de me comprometer com grupos em meu trabalho porque não confio nos meus colegas.					
Colegas de trabalho esfaqueiam uns aos outros todo o tempo para progredirem profissionalmente.					
Se eu mostrar alguma fraqueza no meu trabalho, outras pessoas tirarão vantagem de mim.					
Meus colegas de trabalho estão sempre planejando maneiras de tirar vantagem da situação às minhas custas.					

17. Você consegue explicar o que estamos tentando medir com esta pesquisa?

- () Sim
() Não

18. Caso marcou SIM na pergunta anterior favor explicar o seu entendimento no quadro abaixo. Se marcou NÃO favor deixar em branco o quadro.

APÊNDICE B – CODE SHEET EXP. 1

CODE SHEET - EXP.1			
Bloco	Nome da Variável	Tipo de Escala	Descrição
Introdução	BemVindo	nominal	Termo de Consentimento 1= Sim 2 = Não
	Controle	nominal	Filtro dos candidatos de interesse, seleção de candidatos que possuem experiência profissional. 1= Sim 2= Não
Manipulação	Grupo	nominal	Exercícios randomizados (notícias) 1= Priming ambiente transgressor 2= grupo de controle
Cenário	categorização	nominal	Medindo o efeito do Ambiente transgressor. Medida dicotômica 1= p/ escolhas antiéticas 0= p/ escolhas honestas
Demográficas	TempoTrabalho_s	ordinal	Pergunta quantidade de tempo de experiência profissional em anos.
	ocup	nominal	Atualmente está 1=Trabalhando, 2=Estágio, 3=nenhum dos dois
	Idade_s	ordinal	Pergunta idade em anos
	areatrabalho	nominal	Qual das seguintes áreas você tem mais tempo de experiência profissional? 1=Agricultura, pecuária ou extrativismo, 2=Indústria, 3=Comércio, 4=Serviços
	cargo	nominal	Qual foi sua posição hierárquica mais alta na empresa? 1= Operacional: estagiário, assistente. 2=Supervisão de primeiro nível: tinha subordinados, mas eles eram todos operacionais. 3=Gerência média: seus subordinados eram supervisores de primeira linha. 4=Alta administração: diretoria ou presidência. 5=Outro
	Gênero	Nominal	1=masculino 2=feminino
Escala Locus Of Control	LOCUS_1	intervalar	Eu geralmente observo que as coisas acontecerão, independente das minhas ações (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_2	intervalar	Muitas vezes eu sinto que eu poderia tomar minhas decisões tirando cara-ou-coroa em uma moeda (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_3	intervalar	Conseguir um bom emprego parece ser uma questão de sorte: estar no lugar certo, na hora certa. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_4	intervalar	É difícil para pessoas comuns terem controle sobre o que os políticos fazem durante seus mandatos. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_5	intervalar	Não adianta planejar, porque as coisas são apenas uma questão de sorte. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_6	intervalar	Quando as coisas estão indo bem para mim, eu considero apenas um golpe de sorte. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_7	intervalar	Sucesso é principalmente uma questão de boas chances. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_8	intervalar	Eu penso que a vida é basicamente uma grande aposta. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_9	intervalar	Não tem sentido preocupar-se com as coisas: o que será, será. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_10	intervalar	Muitas vezes eu sinto que eu tenho pouca influência sobre as coisas que acontecem comigo. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_11	intervalar	Sucesso em lidar com as outras pessoas parece ser mais uma questão de humor e dos sentimentos das outras pessoas do que das minhas próprias ações. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_12	intervalar	Às vezes é difícil para mim fazer meu trabalho se eu não sou encorajado. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_13	intervalar	Eu às vezes sinto-me ressentido por não fazer as coisas do meu jeito. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_14	intervalar	Em algumas ocasiões eu desisti de fazer algo porque eu senti que não tinha habilidade. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_15	intervalar	Geralmente, eu não me rebelo contra pessoas em posições de autoridade, mesmo quando elas estão erradas. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_16	intervalar	Eu às vezes tento dar o troco, ao invés de perdoar e esquecer. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_17	intervalar	Houve momentos em que eu fui bem invejoso da boa sorte dos outros. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_18	intervalar	Eu às vezes me irrita com pessoas que me pedem favores. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	LOCUS_19	intervalar	Eu já disse, de propósito, algo para ferir os sentimentos de alguém. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)

Escala Machiavellianism

MACHIAVEL_1	intervalar	Eu acredito que mentir é necessário para manter a vantagem competitiva sobre os colegas de trabalho. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_2	intervalar	O único bom motivo para conversar com os colegas de trabalho é obter informações que possam me beneficiar.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_3	intervalar	Eu sou anti-ético quando acredito que isto me ajuda a obter sucesso profissional. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_4	intervalar	Estou disposto a sabotar os esforços dos colegas se eles ameaçam meus objetivos.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_5	intervalar	Eu trapacearia no trabalho se tivesse uma baixa chance de ser pego.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_6	intervalar	Eu gosto de dar ordens aos meus colegas de trabalho.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_7	intervalar	Eu gosto de controlar outros colegas de trabalho.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_8	intervalar	Eu gosto de ser capaz de controlar a situação no meu ambiente de trabalho.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_9	intervalar	Status é um bom sinal de sucesso profissional.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_10	intervalar	Acumular riqueza é um objetivo importante para mim. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_11	intervalar	Eu quero ser rico e poderoso. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_12	intervalar	As pessoas na empresa são apenas motivadas por ganhos pessoais.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_13	intervalar	Eu não gosto de me comprometer com grupos em meu trabalho porque não confio nos meus colegas.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_14	intervalar	Colegas de trabalho esfaqueiam uns aos outros todo o tempo para progredirem profissionalmente.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_15	intervalar	Se eu mostrar alguma fraqueza no meu trabalho, outras pessoas tirarão vantagem de mim.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
MACHIAVEL_16	intervalar	Meus colegas de trabalho estão sempre planejando maneiras de tirar vantagem da situação às minhas custas.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)

APÊNDICE C – PROTOCOLO DO ESTUDO 2

1. Welcome and thank you for considering these studies!

This is a study of organizational behavior. The entire process should take about 15 minutes.

- o There are no foreseeable risks in partaking this study.
- o All data will be kept anonymous.
- o Some of the tests in this study require a modern browser with support for *Javascript* and HTML.

Clicking below indicates that you have read and understood the purpose of the study and the risks and benefits associated with it. Clicking indicates that you understand your rights as a participant.

- () Yes
() No

2. Exercício do grupo de controle

Please find all of the listed words in the grid. Words can be hidden in the grid horizontally or vertically. They can be placed forward or backwards. When you correctly mark a word it will turn green. Please find all the words and after that, click below to confirm that you concluded the whole exercise.

P	F	C	O	F	L	E	P	M	U	G	R	N
T	P	H	M	D	E	V	E	L	O	P	E	D
B	I	I	A	D	L	E	E	G	G	F	I	K
W	N	C	C	T	N	P	O	T	A	T	O	H
A	S	O	H	J	O	W	D	E	O	D	M	K
B	D	F	I	K	T	W	B	D	D	N	V	A
V	E	F	N	I	E	T	P	E	N	C	I	L
L	C	E	E	T	B	A	I	T	V	V	V	F
I	R	E	O	C	O	S	I	S	T	E	R	O
G	U	R	A	H	O	T	F	O	R	K	S	P
H	K	P	C	E	K	I	T	D	F	M	F	F
T	P	Y	R	N	B	P	I	G	E	R	F	S
D	B	L	O	D	A	K	E	R	A	S	E	R

- Coffee
- Developed
- Eraser
- Fork
- Kitchen
- Light
- Machine
- Mug
- Notebook
- Pencil
- Pin
- Potato
- Sister

3. Exercício do grupo de Priming Ético

Please find all of the listed words in the grid. Words can be hidden in the grid horizontally or vertically. They can be placed forward or backwards. When you correctly mark a word it will turn green. Please find all the words and after that, click below to confirm that you concluded the whole exercise.

```

O S N E T W U G O O D B P
H S H G L G T L R N D G A
C S O H O J E O E O U O P
U W N J F F L Y S E R N E
M U E W A F E A P R P F R
B R S F I N V L E F E O C
I O T L R H I T C P N J C
O R A N G E S Y T R C B P
O H T P U R I T Y I I M F
O E U L C B O N J G L M F
F D A R G D N O J H I Y H
U H O N O R W D N T D K G
T M T N O T E B O O K I R

```

- Notebook
- Orange
- Pencil
- Purity
- Television
- Fair
- Good
- Honest
- Honor
- Loyalty
- Paper
- Respect
- Right

4. Checagem de atenção

For these surveys we're trying to recruit as many different types of participants as possible. So first we'd like to get to know a bit about you. The first thing we'd like to know is if you are reading the questions carefully. So please do not enter your race/ethnicity below. Instead, choose "other" and enter your *Mechanical Turk* ID.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> American Indian or Alaska Native | <input type="checkbox"/> Black or African American |
| <input type="checkbox"/> Hispanic or Latino | <input type="checkbox"/> Native Hawaiian or Pacific Islander |
| <input type="checkbox"/> White | <input type="checkbox"/> Other: |

5. Cenário

An employee of a company does a taxi ride to work. He/she should pay the taxi fare, get a receipt and reimburse him/herself next day. The company pays up to \$ 25.00 for each taxi ride. At the end of the ride, the driver says: "We arrived! That is \$15.00. How much do you want I fill the receipt?"

How much do you think the employee will ask the taxi driver to fill out the receipt?

	15	15.77	16.54	17.31	18.08	18.85	19.62	20.38	21.15	21.92	22.69	23.46	24.23	25
Value on the receipt														

6. What do you think the purpose of this experiment was?

7. Did you think that any of the tasks you did were related in any way? (if yes) In what way were they related?

8. What is your gender?

() Male () Female

9. How old are you?

10. What is the highest level of education you have completed?

- | | |
|--------------------------|---|
| () Some High school | () High School Graduate |
| () Some College | () Trade/Technical/vocational training |
| () College graduate | () Some postgraduate work |
| () Post graduate degree | |

11. Are you now employed full-time, part-time, not employed, or retired?

Full Time Part
Time Not Employed Retired

12. Have you participated in any ethical training in the last two months?

Yes No

APÊNDICE D – CODE SHEET – EXP.2

CODE SHEET - EXP.2			
Bloco	Nome da Variável	Tipo de Escala	Descrição
Introdução	BemVindo	nominal	Termo de Consentimento 1= Yes 2 = No
Manipulação	Grupo	nominal	Exercícios diferentes (caça-palavras) 1= Priming ético 2= controle
Checagem de Atenção	Checkatenção	nominal	Checagem de atenção. Número ID do participante. 1= com atenção 0= sem atenção
Cenário	categorização	nominal	Medindo o efeito do Priming. Será usado medida dicotômica 1= p/ escolhas honestas 0= p/ escolha antiética
Identificação	Gênero	Nominal	1=masculino 2=feminino
	Idade	nominal	Idade em anos
	escol	ordinal	1=Some High school 2= High school graduate 3= some college 4=trade/technical/vocational training 5=college graduate 6=some postgraduate work 7=post graduate degree
	ocup	nominal	Are you now employed? 1=Full time 2= part time 3= not employed 4= retired
	State	nominal	1=Arizona 2= Arkansas 3= California 4= Colorado 5=Florida 6=Gorgia 7=Hawaii 8 = Illinois 9= Idiana 10=Kentucky 11=Kerala 12=Massachusetts 13=Michigan 14 = Minnesota 15 = Mississippi 16 = Missouri 17=New Jersey 18 =New York 19=North Carolina 20 = Oklahoma 21= Pennsylvania 22= South Carolina 23 = Tennessee 24 = Texas 25 = Virginia 26=Washington 27= Wyoming

APÊNDICE E – PROTOCOLO DO ESTUDO 3

1. Welcome and thank you for considering these studies!

This is a study about of organizational behavior. The entire process should take about 15 minutes.

Procedures: I was informed that my participation is to answer a questionnaire.

Voluntary Participation: My participation in this study is voluntary and may withdraw at any time.

Expenses: I will not have any cost.

Confidentiality: I understand that my identity will remain confidential during all stages of study.

There are no foreseeable risks in partaking this study.

Some of the tests in this study require a modern browser with support for JavaScript and HTML.

Clarifications on the survey can be obtained directly from the researcher by e-mail: manuelas334@gmail.com

Clicking below indicates that you have read and understood the purpose of the study and the risks and benefits associated with it. Clicking indicates that you understand your rights as a participant.

Yes, in agreement.

No, I don't want to participate in the survey

2. Some of the tests in this study require a modern browser with support for JavaScript and HTML. This page is to test if your browser is compatible. Below, you should see the word "BROWSER" printed within a grid of characters. Please use your mouse to highlight this word (click over the B then drag to the R, then release the mouse button). The word should then turn green. If you do not see the word "BROWSER" or you cannot highlight it, then your browser is not compatible and you will need to try accepting this hit from an updated Browser (try the latest release of Chrome or Firefox; the most recent version of Internet Explorer also works).

C	O	T	N	S	M	F
B	R	O	W	S	E	R
A	O	S	L	A	A	W
J	P	G	D	K	R	S
P	N	T	R	T	N	D
H	S	E	V	U	H	H
I	W	R	D	G	V	T

Browser

Can you see the word?

() Yes. So you are qualified to answer this survey.

() No

3. Please find all of the listed words in the grid. Words can be hidden in the grid horizontally or vertically. They can be placed forward or backwards. When you correctly mark a word it will turn green. Please find all the words and after that, click below to confirm that you concluded the whole exercise.

P	F	C	O	F	L	E	P	M	U	G	R	N
T	P	H	M	D	E	V	E	L	O	P	E	D
B	I	I	A	D	L	E	E	G	G	F	I	K
W	N	C	C	T	N	P	O	T	A	T	O	H
A	S	O	H	J	O	W	D	E	O	D	M	K
B	D	F	I	K	T	W	B	D	D	N	V	A
V	E	F	N	I	E	T	P	E	N	C	I	L
L	C	E	E	T	B	A	I	T	V	V	V	F
I	R	E	O	C	O	S	I	S	T	E	R	O
G	U	R	A	H	O	T	F	O	R	K	S	P
H	K	P	C	E	K	I	T	D	F	M	F	F
T	P	Y	R	N	B	P	I	G	E	R	F	S
D	B	L	O	D	A	K	E	R	A	S	E	R

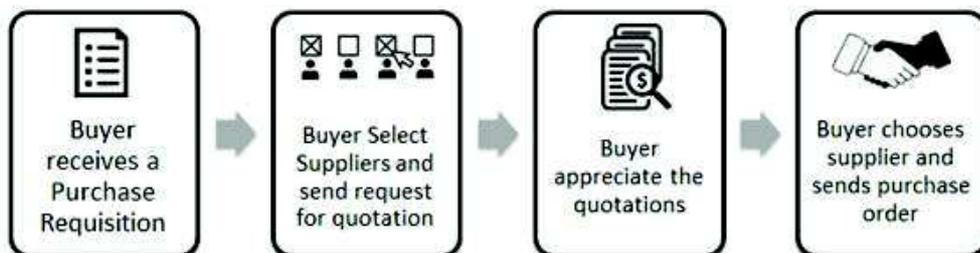
- Coffee
- Developed
- Eraser
- Fork
- Kitchen
- Light
- Machine
- Mug
- Notebook
- Pencil
- Pin
- Potato
- Sister

4. Please find all of the listed words in the grid. Words can be hidden in the grid horizontally or vertically. They can be placed forward or backwards. When you correctly mark a word it will turn green. Please find all the words and after that, click below to confirm that you concluded the whole exercise.

O S N E T W U G O O D B P
 H S H G L G T L R N D G A
 C S O H O J E O E O U O P
 U W N J F F L Y S E R N E
 M U E W A F E A P R P F R
 B R S F I N V L E F E O C
 I O T L R H I T C P N J C
 O R A N G E S Y T R C B P
 O H T P U R I T Y I I M F
 O E U L C B O N J G L M F
 F D A R G D N O J H I Y H
 U H O N O R W D N T D K G
 T M T N O T E B O O K I R

- Notebook
- Orange
- Pencil
- Purity
- Television
- Fair
- Good
- Honest
- Honor
- Loyalty
- Paper
- Respect
- Right

5. This task is a simulation of a regular routine used on purchase sector in most of organizations. The following procurement process flow will be considered:



Your task in this activity is to follow this process and, at the end, give your opinion about which supplier the buyer will choose.

6. For these surveys we're trying to recruit as many different types of participants as possible. So first we'd like to get to know a bit about you. The first thing we'd like to know is if you are reading the questions carefully. So please do not enter your race/ethnicity below. Instead, choose "other" and enter your *Mechanical Turk* ID.

- American Indian or Alaska Native
- Black or African American
- Hispanic or Latino
- Native Hawaiian or Pacific Islander
- White
- Other:

7. **Attention!** Buyer receives a Requisition Form within the following specifications:

MT INDUSTRIAL SERVICES	
REQUISITION FORM	
Requester Number	John Doe 1051
Date	10/14/16
Please Purchase the Following:	
QTY	Description and Specifications
20	Computer All in One Intel Core i5 4GB 1TB LED 27" Windows 10
Example Image	
	

**Fictitious names*

8. Now your task is **give your opinion** about **which supplier the buyer will choose**. Analyze the request summary and read the quotation that buyer receives by email, remember that **all quotations** are the **same estimate time arrival (7 days)**.

The request summary

QTY	Description and Specifications
20	Computer All in One Intel Core i5 4GB 1TB LED 27" Windows 10
Example Image	
	

Which supplier you believe the buyer will choose?

()

Quotation- XL Desktop mall

10/16/2016
xldesktopmall@xldesktopmall.com
Quotation
Mr. Buyer

Greetings Mr. Buyer,

Thank you asking us to quote on your project. Please find a detailed copy of our quote below:

Estimate time arrival: 07 days
Quantity:20
Unity price: \$ 900
Total: \$ 18,000.00

If you have any question or concerns regarding this quotation, please don't hesitate to get in touch with us.

Regards,
XL Desktop Mall

()

Quotation- ELG Computer Emporium

10/16/2016
elgcomputeremporium@elgcomputeremporium.com
Quotation
Mr. Buyer

Greetings Mr. Buyer,

Thank you asking us to quote on your project. Please find a detailed copy of our quote below:

Estimate time arrival: 07 days
Quantity:20
Unity price: \$ 950
Total: \$ 18,000.00

If you buy from us, we will send you **tickets to a trip to Las Vegas, 7 days for 2 people + Hotel + Flight**

Regards,
ELG Computer Emporium

()

Quotation- PC Computer Mall

10/16/2016
pccomputermall@pccomputermall.com
Quotation
Mr. Buyer

Greetings Mr. Buyer,

Thank you asking us to quote on your project. Please find a detailed copy of our quote below:

Estimate time arrival: 07 days
Quantity:20
Unity price: \$ 1,100
Total: \$ 22,000.00

If you have any question or concerns regarding this quotation, please don't hesitate to get in touch with us.

Regards,
PC Computer Mall

9. What do you think the purpose of this experiment was?

10. Did you think that any of the tasks you did were related in any way? (if yes) In what way were they related?

Listed below are some characteristics that may describe a person:

Caring, compassionate, fair, friendly, generous, helpful, hardworking, honesty and kind.

The person with these characteristics could be you or it could be someone else. For a moment, visualize in your mind the kind of person who has these characteristics. Imagine how that person would think, feel, and act. When you have a clear image of what this person would be like, answer the following questions

11. It would make me feel good to be a person who has these characteristics.

Strongly disagree Disagree Neutral Agree Strongly Agree

12. Being someone who has these characteristics is an important part of who I am.

Strongly disagree Disagree Neutral Agree Strongly Agree

13. A big part of my emotional well-being is tied up in having these characteristics.

Strongly disagree Disagree Neutral Agree Strongly Agree

14. I would be ashamed to be a person who has these characteristics.

Strongly disagree Disagree Neutral Agree Strongly Agree

15. Having these characteristics is an important part of my sense of self.

Strongly disagree Disagree Neutral Agree Strongly Agree

16. I strongly desire to have these characteristics.

Strongly disagree Disagree Neutral Agree Strongly Agree

17. I often wear clothes that identify me as having these characteristics.

Strongly disagree Disagree Neutral Agree Strongly Agree

18. The types of things I do in my spare time (e.g., hobbies) clearly identify me as having these characteristics.

Strongly disagree Disagree Neutral Agree Strongly Agree

19. The fact that I have these characteristics is communicated to others by my membership in certain organizations.

Strongly disagree Disagree Neutral Agree Strongly Agree

20. I am actively involved in activities that communicate to others that I have these characteristics.

Strongly disagree Disagree Neutral Agree Strongly Agree

21. What is your gender?

Male Female

22. How old are you?

23. What is the highest level of school you have completed or the highest degree you have received?

Less than high school degree Bachelor's degree in college (4-year)

High school graduate (high school diploma or equivalent including GED) Master's degree

Some college but no degree Doctoral degree

Associate degree in college (2-year) Professional degree (JD, MD)

24. Are you now employed full-time, part-time, not employed, or retired?

Full Time Part Time Not Employed Retired

25. Which of the following industries most closely matches the one in which you are employed?

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Forestry, fishing, hunting or agriculture support | <input type="checkbox"/> Admin, support, waste management or remediation services | <input type="checkbox"/> Transportation or warehousing |
| <input type="checkbox"/> Real estate or rental and leasing | <input type="checkbox"/> Manufacturing | <input type="checkbox"/> Accommodation or food services |
| <input type="checkbox"/> Mining | <input type="checkbox"/> Educational services | <input type="checkbox"/> Information |
| <input type="checkbox"/> Professional, scientific or technical services | <input type="checkbox"/> Wholesale trade | <input type="checkbox"/> Other services (except public administration) |
| <input type="checkbox"/> Utilities | <input type="checkbox"/> Health care or social assistance | <input type="checkbox"/> Finance or insurance |
| <input type="checkbox"/> Management of companies or enterprises | <input type="checkbox"/> Retail trade | <input type="checkbox"/> Unclassified establishments |
| <input type="checkbox"/> Construction | <input type="checkbox"/> Arts, entertainment or recreation | |

26. Have you participated in any ethical training in the last two months?

- Yes No

APÊNDICE F – CODESHEET EXP.3

CODE SHEET - EXP.3			
Bloco	Nome da Variável	Tipo de Escala	Descrição
Introdução	BemVindo	nominal	Termo de Consentimento 1= Sim 2 = Não
	CheckBrowser	nominal	Checagem para verificar se o Javascript funciona no computador do participante. 1= Sim.Sou qualificado para participar desse experimento. 2= Não
Manipulação	Grupo	nominal	Exercícios diferentes (caça-palavras) 1= Priming ético 2= controle
Checagem de Atenção	Checkatenção	nominal	Checagem de atenção. Número ID do participante. 1= com atenção 0= sem atenção
Cenário	categorização	nominal	Medindo o efeito do Priming. Será usado medida dicotômica 1= p/ escolhas honestas 0= p/ escolha antiética
Debriefing	Debriefing_1	aberta	Verificar se participante percebeu o propósito do experimento. O que você acha que é a proposta desse experimento?
	Debriefing_2	aberta	Verificar se participante percebeu a relação da atividade do priming com a pergunta de categorização. Você acredita que as atividades estão relacionadas? Se sim, de que forma estão relacionadas?
Escala Moral Identity (MIS)	MIS_1	intervalar	Eu me sentiria bem ser uma pessoa com essas características. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	MIS_2	intervalar	Ser alguém que tem essas características é uma parte importante de quem eu sou. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	MIS_3	intervalar	Uma grande parte do meu bem-estar emocional é devido a eu ter essas características. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	MIS_4	intervalar	Eu teria vergonha de ser uma pessoa que tem essas características. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	MIS_5	intervalar	Ter essas características é realmente importante para mim. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	MIS_6	intervalar	Eu desejo fortemente ter essas características. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	MIS_7	intervalar	As roupas que eu costumo vestir me identificam como tendo essas características. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	MIS_8	intervalar	O que eu faço no meu tempo livre (por exemplo, hobbies) identificam-me claramente como tendo essas características.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	MIS_9	intervalar	O fato de eu ter estas características faz com que meus colegas de trabalho comentem com outros sobre as minhas características em determinadas organizações. (1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
	MIS_10	intervalar	Estou envolvido em atividades que as minhas características são visíveis as outras pessoas.(1=Discordo Totalmente 5= concordo totalmente)
Identificação	Gênero	Nominal	1=masculino 2=feminino
	idade	nominal	Idade em anos
	escol	ordinal	1=Less than high school degree, 2=High school graduate (high school diploma or equivalent including GED), 3=Some college but no degree, 4=Associate degree in college (2-year), 5=Bachelor's degree in college (4-year), 6=Master's degree, 7=Doctoral degree, 8=Professional degree (JD, MD)
	ocup	nominal	Atualmente está trabalhando em tempo integral, meio período, não trabalhando, aposentado. 1=Tempo integral, 2=Meio período, 3=não trabalhando, 4=aposentado
	areatrabalho	nominal	Qual das seguintes áreas combina mais estreitamente com aquela em que você está empregado? 1=Forestry, fishing, hunting or agriculture support, 2=Real estate or rental and leasing 3=Minig 4=Professional, scientific or technical services, 5=Utilities, 6=Management of companies or enterprises, 7=Construction, 8=Admin, support, waste management or remediation services, 9= Manufacturing, 10=Educational services, 11=Wholesale trade, 12=Health care or social assistance, 13=Retail trade, 14=Arts, entertainment or recreation, 15=Transportation or warehousing, 16=Accommodation or food services, 17=Information, 18=Other services (except public administration), 19= Finance or insurance, 20=Unclassified establishments
	controle	nominal	Você participou de algum treinamento ético nos últimos dois meses? 1=Sim, 2=Não

ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

UNIVERSIDADE DO VALE DO
RIO DOS SINOS - UNISINOS



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: O Lado Obscuro do Comprador Organizacional

Pesquisador: Manuela Gomes de Oliveira dos Santos

Área Temática:

Versão: 4

CAAE: 58108016.0.0000.5344

Instituição Proponente: Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 1.731.537

Apresentação do Projeto:

A aluna Manuela Oliveira Santos, do Curso de Mestrado em Administração, UNISINOS, e orientanda do Prof. Dr. Iuri Gavronski, apresenta seu projeto de pesquisa para a Dissertação de Mestrado. O objetivo da investigação consiste em realizar uma avaliação sobre o comportamento organizacional numa empresa, em vista da tomada de decisões. Seu intento é também o de verificar o efeito de priming ético, código de ética e pressão de Alta performance no processo ético de tomada de decisões. A metodologia de investigação contempla a realização de um experimento dirigido com os participantes – total de 100. Como é relatado, "a proposta do estudo 1 é testar as hipóteses 1 e 2, verificando o efeito do priming ético e do código ético em uma atividade de solução de matrizes. Essa atividade possibilitará que os candidatos sejam desonestos e que eles tenham um benefício financeiro com esse ato. Os primings éticos e o código de ética serão apresentados em forma de exercícios a fim de estimular o candidato a voltar sua atenção para o padrão moral, com o objetivo de reduzir o comportamento antiético."

Objetivo da Pesquisa:

Os objetivos são claros e exequíveis

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

O projeto não indica que possam ocorrer riscos. No entanto, há a possibilidade de os participantes

Endereço: Av. Unisinos, 950

Bairro: Cristo Rei

CEP: 93.022-000

UF: RS

Município: SAO LEOPOLDO

Telefone: (51)3591-1198

Fax: (51)3590-8118

E-mail: cep@unisinos.br

UNIVERSIDADE DO VALE DO
RIO DOS SINOS - UNISINOS



Continuação do Parecer: 1.731.537

terem um desconforto na realização das atividades. Neste caso, é preciso prever alternativas. Quanto aos benefícios, contribuirá para o aprofundamento das teorias concernentes ao tema de investigação.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

O projeto está bem redigido. A revisão bibliográfica não é muito aprofundada. A metodologia, contudo, é muito bem descrita.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

O TCLE é bem sucinto. Ele atende aos requisitos da Resolução 466/12.

Recomendações:

Não há.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Não há.

Considerações Finais a critério do CEP:

Conforme "Parecer Consubstanciado do CEP", o projeto está aprovado.

Fazer a busca do "Parecer Consubstanciado do CEP", nos "Documentos do Projeto de Pesquisa", na Árvore de Arquivos. Para visualizar é necessário expandir as pastas totalmente, com as setas apontadas para baixo, até encontrar "Apreciação – Universidade do Vale do Rio dos Sinos" abrirá pasta "Pareceres" e nesta constará o "Parecer Consubstanciado do CEP". Dúvidas faça contato com Nirse Bauermann, 3591-1198 ou ramal 2198.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_751999.pdf	14/09/2016 15:29:21		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Manuela_Versao_4.pdf	14/09/2016 15:28:58	Manuela Gomes de Oliveira dos Santos	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_versao_4.pdf	14/09/2016 15:26:46	Manuela Gomes de Oliveira dos Santos	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura	Projeto_Manuela_3.pdf	06/09/2016 10:31:35	Manuela Gomes de Oliveira dos Santos	Aceito

Endereço: Av. Unisinos, 950

Bairro: Cristo Rei

CEP: 93.022-000

UF: RS

Município: SAO LEOPOLDO

Telefone: (51)3591-1198

Fax: (51)3590-8118

E-mail: cep@unisinos.br

UNIVERSIDADE DO VALE DO
RIO DOS SINOS - UNISINOS



Continuação do Parecer: 1.731.537

Investigador	Projeto_Manuela_3.pdf	06/09/2016 10:31:35	Manuela Gomes de Oliveira dos Santos	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_versao_3.pdf	06/09/2016 10:31:08	Manuela Gomes de Oliveira dos Santos	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Manuela_revisado.pdf	31/08/2016 21:36:26	Manuela Gomes de Oliveira dos Santos	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_REV02.pdf	31/08/2016 21:32:51	Manuela Gomes de Oliveira dos Santos	Aceito
Folha de Rosto	folhaderosto.pdf	09/07/2016 12:31:16	Manuela Gomes de Oliveira dos Santos	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Unisinos.pdf	02/07/2016 14:41:42	Manuela Gomes de Oliveira dos Santos	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

SAO LEOPOLDO, 16 de Setembro de 2016

Assinado por:
José Roque Junges
(Coordenador)

Endereço: Av. Unisinos, 950

Bairro: Cristo Rei

CEP: 93.022-000

UF: RS

Município: SAO LEOPOLDO

Telefone: (51)3591-1198

Fax: (51)3590-8118

E-mail: cep@unisinos.br

ANEXO B – JAVASCRIPT DO CAÇA PALAVRAS

```

/**
 * Wordfind.js 0.0.1
 * (c) 2012 Bill, BunKat LLC.
 * Wordfind is freely distributable under the MIT license.
 * For all details and documentation:
 *   http://github.com/bunkat/wordfind
 */

(function () {

    'use strict';

    /**
     * Generates a new word find (word search) puzzle provided a set of
words.
     * Can automatically determine the smallest puzzle size in which all
words
     * fit, or the puzzle size can be manually configured. Will
automatically
     * increase puzzle size until a valid puzzle is found.
     *
     * WordFind has no dependencies.
     */

    /**
     * Initializes the WordFind object.
     *
     * @api private
     */
    var WordFind = function () {

        // Letters used to fill blank spots in the puzzle
        var letters = 'abcdefghijklmnopqrstuvwxy';

        /**
         * Definitions for all the different orientations in which words
can be
         * placed within a puzzle. New orientation definitions can be
added and they
         * will be automatically available.

...continuous

        print: function (puzzle) {
            var puzzleString = '';
            for (var i = 0, height = puzzle.length; i < height; i++) {
                var row = puzzle[i];
                for (var j = 0, width = row.length; j < width; j++) {
                    puzzleString += (row[j] === ' ' ? ' ' : row[j]) + ' ';
                }
            }
        }
    };
}

```

```

        puzzleString += '\n';
    }

    console.log(puzzleString);
    return puzzleString;
}
};
};

/**
 * Allow library to be used within both the browser and node.js
 */
var root = typeof exports !== "undefined" && exports !== null ?
exports : window;
    root.wordfind = WordFind();

}).call(this);

```

(The MIT License)

Copyright (c) 2011 BunKat LLC <bill@bunkat.com>
Permission is hereby granted, free of charge, to any person obtaining a copy of this software and associated documentation files (the 'Software'), to deal in the Software without restriction, including without limitation the rights to use, copy, modify, merge, publish, distribute, sublicense, and/or sell copies of the Software, and to permit persons to whom the Software is furnished to do so, subject to the following conditions:
The above copyright notice and this permission notice shall be included in all copies or substantial portions of the Software.
THE SOFTWARE IS PROVIDED 'AS IS', WITHOUT WARRANTY OF ANY KIND, EXPRESS OR IMPLIED, INCLUDING BUT NOT LIMITED TO THE WARRANTIES OF MERCHANTABILITY, FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE AND NONINFRINGEMENT. IN NO EVENT SHALL THE AUTHORS OR COPYRIGHT HOLDERS BE LIABLE FOR ANY CLAIM, DAMAGES OR OTHER LIABILITY, WHETHER IN AN ACTION OF CONTRACT, TORT OR OTHERWISE, ARISING FROM, OUT OF OR IN CONNECTION WIT