

A APLICAÇÃO DAS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DE FORMA ÉTICA COMO FERRAMENTA DE DESENVOLVIMENTO E SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

ANZOATEGUI, Rodrigo¹
DELAI, Josefa Moreno²

RESUMO

Este artigo científico procura investigar os fatores relevantes para as comunidades e para as organizações, fatores estes que são resultados das ações de Responsabilidade Social (RS) dentro de um contexto empresarial de busca constante de Desenvolvimento, ou seja, tem-se como objetivo salientar as características essenciais que compõem os projetos sociais empresariais como diferencial e como capacitor de melhores oportunidades para os negócios da empresa, tais como, crescimento na lucratividade e ampliações de forma geral. Contudo, tornando estes projetos ferramentas adicionais de sustentabilidade. Essa intenção de colocar em prática projetos para a minimização dos danos ao meio ambiente e/ou para a diminuição da exclusão social tem como objetivo amenizar os impactos dos fenômenos que fragilizam as comunidades, demonstrando, assim, que as organizações estão agindo de forma ética, devolvendo ao seu meio os subsídios que utilizaram como forma de captação de recursos e riquezas. Paralelamente, avaliar as características da construção da imagem dessas empresas que são socialmente atuantes, de forma positiva junto aos seus clientes externos, aos fornecedores e aos seus colaboradores, demonstrando assim, sua preocupação com o bem estar de sua sociedade. Enfatizar que a mesma sociedade outrora destacad a e opinião pública, cada vez mais, estão "punindo" as organizações que se utilizam do conceito, – e nada além do conceito, que utilizam pseudo-ações de RS como trampolim para sua imagem e seu desenvolvimento, sem uma preocupação ética com essas ações – realizando assim a substituição por empresas verdadeiramente comprometidas com atividades sociais responsáveis e éticas. Todavia, as empresas atuam diretamente na sociedade de forma holística, modificando o ambiente (setor) no qual ela atua e ocupando um papel importante como agentes na procura e obtenção de um desenvolvimento sustentável. Conceitualmente, demonstra-se os possíveis impactos decorrentes de ações socialmente responsáveis por parte da iniciativa privada, instigando os empresários em relação às vantagens eminentes de se praticar a responsabilidade social com aplicação dos conceitos de ética empresarial, sobretudo, o constante crescimento da organização, obtendo resultados positivos dentro de um cenário de exigências crescentes e de competitividade constante.

PALAVRAS-CHAVE: responsabilidade social, ética empresarial, desenvolvimento, sustentabilidade

THE APPLICATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY ACTIONS IN AN ETHICAL MANNER AS A TOOL FOR COMPANY DEVELOPMENT AND SUSTAINABILITY

ABSTRACT

This research paper investigates the factors relevant to the communities and organizations; such factors are the result of the social responsibility actions (SR) within a context of constant search for business development, i.e., they aim to highlight the essential characteristics that make up the social enterprise projects, such as an improvement agent of better opportunities for the company's business, such as growth in profitability and expansions in general, while making them additional tools for sustainability projects. This intention of putting in place projects to minimize the damage to the environment and/or to reduce social exclusion aims to mitigate the impacts of phenomena that undermine communities, thereby demonstrating that organizations are acting ethically, returning to their environment that used subsidies as a way of raising funds and wealth. In addition, to evaluate the characteristics of the construction of the image of these companies that are socially active in a positive way with their external customers, suppliers and their employees, thus demonstrating its concern for the welfare of their society. Also, to emphasize that the company once prominent and public opinion are increasingly "punishing" organizations that use the concept - and nothing but the concept, using the pseudo-actions of SR as a springboard for its image and its development, without an ethical concern for these actions - thus making the substitution for companies truly committed to social responsibility and ethical activities. However, the companies contribute directly to the society in a holistic way, changing the environment (sector) in which they operate, occupying an important role as agents in seeking and achieving sustainable development. Conceptually, we demonstrate the potential impacts of socially responsible actions by the private sector, encouraging employers in relation to the eminent advantages of practicing social responsibility to apply the concepts of business ethics, especially the constant growth of the organization, obtaining positive results within a scenario of growing demands and constant competitiveness.

KEYWORDS: social responsibility, business ethics, development, sustainability

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, o tema Responsabilidade Social (RS) está cada vez mais sendo discutido, já que ações implantadas nas empresas muitas vezes de forma não planejada e, em muitos casos, desordenadas, apenas como atitude para suprir uma necessidade de mercado, resultam em alguns tipos de impactos na sociedade em que a empresa atua. Dessa forma, pretende-se investigar esses impactos trazidos por meio das atividades de Responsabilidade Social Empresarial na cadeia, salientar os resultados ocorridos de maneira não complexa nos âmbitos em que abrange os envolvidos no processo da utilização, coerente ou não, das ações de RS, bem como, de forma sintética, demonstrar que se pode agir éticamente na realização de projetos socialmente responsáveis, não apenas procurando obter vantagens competitivas, mas sim obtendo participação positiva na sociedade em que a empresa está inserida, impactando e contribuindo positivamente no mercado em que a organização se insere. Além disso, pretende-se discorrer, de forma geral, sobre as

¹ Docente da Faculdade Assis Gurgacz e Faculdade Dom Bosco. Graduado em Administração, com habilitação em Marketing pela Faculdade Assis Gurgacz – FAG, Cascavel/PR. Especialista em Consultoria Financeira e Empresarial, pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, Campus Toledo/PR. Pós-graduando na Especialização de Gestão de Políticas, Projetos e Programas Sociais, pela Faculdade Assis Gurgacz – FAG, Cascavel/PR. E-mail: ranzoategui@hotmail.com

² Docente da Faculdade Assis Gurgacz. Coordenadora do Curso Superior em Marketing Faculdade Dom Bosco. Administradora pela UNIOESTE-Cascavel/PR. Aluna do Programa de Pós-Graduação Strictu Sensu em Energia na Agricultura, UNIOESTE/Cascavel. E-mail: jodelai@fag.edu.br .

principais características da Responsabilidade Social (RS), procurando caracterizar suas aplicações dentro de ações empresariais éticas, objetivando resultados sustentáveis e o seu desenvolvimento, bem como o da sociedade que a circunda. Dessa forma, pretende-se contextualizar os conceitos de RS e Desenvolvimento, bem como correlacionar às ferramentas de RS a Ética Empresarial de forma a torná-las dependentes dentro das ações Responsáveis Socialmente.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

As transformações sócio-econômicas, dos últimos 20 anos, têm modificado profundamente as atitudes das empresas até então acostumadas à busca exclusiva da maximização dos lucros. Se por um lado a iniciativa privada tem cada vez mais lugar de destaque na criação de riquezas; por outro, é conhecido que, com grande poder, existe uma responsabilidade diretamente proporcional a esse poder. Em função de uma utilização da capacidade criativa existente, e dos recursos financeiros e humanos adquiridos, as empresas têm uma intrínseca “parcela de dívida” para com o meio, conforme demonstra Anzoategui (2005).

Discutindo essa questão, Duarte; Dias (1986) apontam que o conceito de responsabilidade social unificado aos negócios é muito recente. Com o aparecimento das novas demandas e maiores exigências pela transparência nos negócios, as empresas se veem obrigadas a tomar atitudes mais responsáveis em sua postura.

Os autores argumentam que o período posterior a II Guerra Mundial é marcado por muitas e rápidas transformações que, obviamente, afetam o mundo dos negócios e das empresas. O fenômeno de maior destaque, no período, é o surgimento das empresas multinacionais, com participação crescente na economia mundial. Um acúmulo de fatores positivos favoreceram, a partir dos anos 50, com grande rapidez e notório crescimento, os países capitalistas centrais principalmente, atingindo, consequentemente, os periféricos.

Difunde-se por toda a parte uma verdadeira febre de desenvolvimento que, entre outras aberrações, não leva em conta a cultura de cada povo, sua história e suas tradições. Sobretudo nos países ansiosos pela industrialização, as empresas surgem como geradoras de emprego e portadoras de progresso. Mas fieis à lei do liberalismo, mostram-se mais preocupadas com os interesses de seus acionistas do que com o bem-estar das comunidades que as recebem. (DUARTE; DIAS, 1986, p. 29)

Infelizmente, muitos têm a ideia errada do conceito visualizado como filantropia, porém o motivo por trás desse paradigma não interessa apenas ao bem-estar da sociedade, mas também envolve o crescimento e a melhora da performance nos negócios e, por consequência, um acréscimo na lucratividade. A procura pela Responsabilidade Social Corporativa tem algumas características, elencadas pelos autores:

A distributividade - dentro dos negócios, a Responsabilidade Social é uma atitude que se aplica em todo o processo de produção. Não apenas ao produto final, devendo ser avaliado, também, os fatores ambientais ou sociais, sento este conceito de comum interesse para todos os envolvidos no processo produtivo, portanto, deve ser difundido durante todo e qualquer processo econômico, cabendo assim, aos consumidores e as empresas a responsabilidades com seus públicos, devendo colocar em prática seus códigos de ética no que diz respeito aos produtos e serviços utilizados em sua cadeia produtiva.

A pluralidade - as empresas devem satisfações não apenas para seus acionistas. As instituições devem prestar contas para todos seus públicos-alvos, ao governo, ao setor não-governamental e ambiental, aos funcionários, à mídia e, por fim, às comunidades nas quais estão inseridas. Empresas ganham com a inclusão de novos parceiros sociais nos seus processos de decisão. Uma participação nos diálogos não representa só uma mudança comportamental das empresas, mas significa uma maior legitimidade social.

A sustentabilidade - responsabilidade social está diretamente relacionada ao conceito de Desenvolvimento Sustentável. Uma ação responsável junto ao ambiente e à sociedade não apenas garante a não falta de subsídios, mas amplia o conceito a uma maior escala. O desenvolvimento sustentável não apenas diz respeito ao ambiente, mas devido ao fortalecimento de parcerias fortes e contínuas, divulga a imagem da empresa na sua totalidade e assim, leva ao crescimento orientado. Essa atitude sustentável é natural como meio de prevenção, possibilitando a diminuição dos riscos futuros, como: impactos ambientais ou processos judiciais.

A transparência - o processo de globalização traz a exigência de demandas pela transparência. Não são aceitos apenas os livros contábeis. As empresas são, pouco a pouco, obrigadas a levar ao conhecimento de todos as suas atitudes em relação ao meio social e ambiental, os resultados de suas atividades e as medidas tomadas para a prevenção dos impactos ou a compensação de acidentes. Assim, as empresas se veem obrigadas a divulgar relatórios anuais, nos quais suas atitudes são comparadas em todas as diferentes modalidades possíveis. Muitas organizações já tomam esse procedimento em caráter voluntário, mas muitos afirmam que tais prestações sócio-ambientais serão obrigatórias em breve.

Tanto que, conforme salientam Duarte; Dias (1986), o debate a respeito da Responsabilidade Social Empresarial já foi desenvolvido em todo o mundo, porém no Brasil tem se discutido em grande escala no sentido de assumir o setor

como parte integrante dentro da organização, promovendo uma busca por estratégias por meio do setor privado para a inclusão social.

É importante notar que o poder das empresas não depende de seu engajamento social. Com ou sem responsabilidade social, eles detêm e exercem poder econômico, com repercussões nos campos social e político. Parece lógico supor que, sem uma preocupação com suas responsabilidades sociais, é mais fácil a empresa usar inadequadamente o poder econômico de que dispõe. Por outro lado, admitindo-se que a responsabilidade deve ser proporcional ao poder, quanto maior o impacto que a empresa possa ocasionar, tanto maior deve ser sua responsabilidade social. (DUARTE; DIAS, 1986, p. 69)

Como qualquer investimento, as pessoas ou empresas que disponibilizam verbas para projetos na área social têm o objetivo de obter resultados positivos para si e para a comunidade onde atua. Existe, portanto, uma preocupação em se criar um pagamento à sociedade, de maneira que possa ser monitorada a atividade realizada de forma constante, envolvendo uma equipe de pessoas especializadas, tais como: educadores, assistentes sociais e pedagogos, levando assim ao crescimento e à maior profissionalização dos responsáveis pelas ações de responsabilidade, em alguma das vezes, podendo utilizar as organizações do Terceiro Setor – conceito que veremos mais aprofundado na sequência –, tudo isso sobre a influência das dificuldades dos setores público e privado, na procura da diminuição das mazelas sociais de nosso país.

Analizando este específico aspecto, indicam Duarte; Dias (1986) que, por essas e outras razões, o modelo tradicional de empresa, com a velha acepção de propriedade dos acionistas e com a única função de obter lucros para eles, já não satisfaz. Desde muito se sabe que a empresa não se resume no capital e que este, sozinho, é improdutivo. Sem os recursos da terra (que por direito natural, é de toda a humanidade, não só dos capitalistas) e sem a inteligência e o trabalho dos homens, o capital não produz riquezas, não satisfaz às necessidades humanas, não gera progresso, não melhora a qualidade de vida.

Assim a questão RS da Empresa situa-se além de suas responsabilidades legais. Mas não basta ir além da obrigação legal para ter um comportamento socialmente responsável. Segundo o capitalismo clássico, a empresa nada mais é do que uma propriedade dos acionistas que a instituíram com a finalidade exclusiva de obter lucros. Com isso, consideram definidas sua função e sua responsabilidade, explicam Duarte; Dias (1986).

Daquela premissa, deduzem os fundamentalistas que empregar-se em atividades que não visem ao lucro dos acionistas constitui desvirtuamento da finalidade da empresa e grave erro de seus administradores. Se a empresa engaja-se em atividades de interesse social, está reduzindo o ganho dos acionistas; se repassa o custo de tais atividades ao consumidor, está gastando o dinheiro destes. Em ambos os casos, dispõe de dinheiro alheio, sem autorização. (DUARTE; DIAS, 1986 p. 67)

As empresas com o pensamento voltado exclusivamente na busca da melhoria da qualidade dos seus produtos aliada a uma prática de bons preços já não satisfaz completamente o mercado, as constantes mudanças mercadológicas, a globalização e a preocupação com o meio ambiente trazem ao consumidor uma postura cada vez mais exigente, a qual requer mudanças de atitude no estilo de governança empresarial, focada na socialização do ambiente de trabalho e na geração de valor e qualidade para todos, objetivando a promoção do Desenvolvimento Sustentável da sociedade – colaboradores, clientes, parceiros, cidadãos de forma em geral.

Ante tal colocação, comenta Anzoategui (2005) ser importante notar que as empresas não têm o poder dependente de suas atuações sociais. Independente de possuir ou não Responsabilidade Social, as organizações detêm e exercem um determinado poder econômico, com influências dentro dos campos sociais e políticos. Parece óbvio dizer que, sem a preocupação com os projetos sociais, é fácil a organização usar de forma errônea seu poder financeiro. De outra forma, assumindo-se que a responsabilidade tem de ser diretamente proporcional à sua capacidade financeira, quanto maiores forem os impactos que ela ocasiona, maior tem de ser a sua parcela de RS.

Na busca do entendimento da teoria e dos conceitos que envolvem o assunto Responsabilidade Social, faz-se necessária a localização de um segmento importante nesse contexto, o Terceiro Setor, sendo este uma das ferramentas disponíveis para a utilização e a prática das ações de Responsabilidade Social.

Entretanto, o autor ressalta que, na sua concepção, as organizações do terceiro setor são responsáveis pelas ações de cunho social, não cabendo ao setor privado - as empresas com fins lucrativos - esse papel, mas sim, cabendo a ele a responsabilidade de prover condições favoráveis, material humano e, sobretudo, recursos financeiros para tornar viáveis as ações da melhoria da qualidade de vida e de preservação do meio ambiente entre tantas outras, que podem ser praticadas pelas entidades que compõe o terceiro setor.

3 TERCEIRO SETOR

Este segmento da sociedade corresponde à união das forças de outros dois setores sociais, o público juntamente com o privado, convergindo suas ações na busca de um objetivo maior, o de prover soluções conjuntas às faltas de ambos os setores perante a comunidade. Sua formatação é gerenciada por instituições sem fins lucrativos, concebida e

controlada pela ação voluntária e privada, colocando em prática ações que transcendem a filantropia e a caridade, ou melhor, trabalhos com objetivos sociais, capazes de propiciar melhorias na qualidade de vida, espaços voltados à cultura, campanhas educativas nas mais diversas áreas, entre muitas outras atividades, ressalta Anzoategui (2005).

De acordo com Neto; Froes (2002), no começo deste século foi que apareceu o conceito de Terceiro Setor, tendo sua origem nos Estados Unidos, proveniente da junção dos setores econômicos da sociedade como o Estado – o poder público, denominado primeiro setor – e a iniciativa privada – organizações de modo geral, denominado segundo setor. Essa mistura dos referidos setores integrantes da comunidade possibilitou o aparecimento da ideia que consiste nesse conceito.

Esse nome surgiu sem ter a representação a qual hoje possui, pois o Estado, nesse caso representado pelas instituições de controle público, era considerado o detentor da responsabilidade sobre sua comunidade, ou seja, teria o controle de todos os acontecimentos inerentes a sua população, com isso, consequentemente, seus programas recebiam a ideia de assistencialismo social.

Todavia, comentam os autores, com o crescimento das comunidades e também das responsabilidades, o Estado acabou não suportando o peso, vindo a sucumbir, ocorrendo uma quase falência dos moldes anteriores de sua autoridade. Como decorrência, surgiu a necessidade de uma descentralização devido a esse acúmulo das obrigações, pois o Estado não poderia atender todas as áreas de interesse de sua população. Assim, o segundo setor, representado pelas organizações privadas, passou a desenvolver e planejar projetos como resposta a uma convocação efetuada pelo Estado, passando a apoiar e a ajudar com seus deveres dividindo, dentro das possibilidades, esse fardo.

A atuação de um estado grande e de um Governo forte é substituída pelo surgimento de uma ação comunitária forte, atuante, reivindicadora e mobilizadora. A ação estatal ineficiente, precária e insuficiente, porque não atende às demandas sociais da população, sobrevivem de uma ação comunitária capaz de prover o cidadão dos serviços sociais básicos. E, consequentemente, começa a se desenhar a reconfiguração de um governo mais fraco, mais suscetível às influências da sociedade civil. (NETO; FROES, 2002, p. 05)

Os autores argumentam ainda que tal atitude transportou até então, exclusiva responsabilidade do Estado, para pequenos focos de movimentos empresariais, que a princípio agiam com caráter de associações, ou seja, de grupos de pessoas que se somavam por uma causa e se organizavam na busca da diminuição dos problemas ou nas suas soluções. Nesse momento, a sociedade começou a entender as questões sociais não mais exclusivamente no papel de cliente, mas também no de fornecedora. A mobilização que elementos da própria organização privada poderiam realizar dentro de suas comunidades, o que representaria um poder significativo para mudanças e avanços.

Identificou-se que, se a carência de recursos sempre esteve presente na história da sociedade, igualmente esteve a solidariedade, seja por meio de doação ou da disponibilidade das pessoas na prestação de seu trabalho para os menos favorecidos. (BORBA, 2001, p. 9)

De acordo com Neto; Froes (2002), no Brasil, o citado conceito é muito recente. As empresas que admitem as responsabilidades sociais ainda são pequenas, se comparadas com o tamanho das necessidades das comunidades em geral. Pessoas que trabalham por si próprias, sem esperar a ajuda do Estado, estão sendo ainda mais raras. Mas algumas empresas com ações sociais já se destacam no desenvolvimento de projetos sociais dentro de nosso país. Nas décadas de 70, com o crescimento da sociedade se contrapondo ao decréscimo do Estado autoritário mais fragilizado, essas organizações não governamentais obtiveram um conciso crescimento e reorganizaram os modelos de relação da sociedade com o mesmo. Esse processo surgiu por volta dos anos 90, na forma de parcerias fortes entre Estado, empresas e ONGs³, estas últimas agindo de forma a intermediar as políticas governamentais.

O estado, a iniciativa privada e os cidadãos reunidos em benefício de causas sociais. Essa definição, aparentemente ingênuas, representa um dos mais modernos conceitos econômicos surgido no Brasil nos últimos anos: o Terceiro Setor. (NETO; FROES, 2002, p. 06)

Com essa união dos esforços, constitui-se uma espécie de “máquina social” que se torna importante dentro do processo de ação responsável social e por meio dos códigos de ética. Como novidade dentro da sociedade brasileira, a união dos três setores econômicos: Sociedade Econômica, Estado e Iniciativa Privada, interagem em um sistema de parceria na constante busca do crescimento de sua comunidade, da qual são integrantes. No século XXI, é notório que os problemas, principalmente locais, acabem por se tornar questões mais amplas, comuns a outras comunidades longínquas. Decorrentes disso, projetos estão sendo agendados internacionalmente a fim de desenvolver soluções e caminhar junto nesses assuntos. Pode-se ressaltar como exemplo, os Fóruns Sociais e Ambientais Mundiais, além de outros eventos internacionais que procuram discutir planos e ações para causas parecidas.

A agenda enfatiza, sobretudo o desenvolvimento sustentável, faz previsões de ações concretas a serem implementadas pelos governos e sociedade civil em todos os níveis municipal, estadual e federal, nas dimensões sociais e econômicas, a conservação e o gerenciamento dos recursos para o desenvolvimento e o fortalecimento dos grupos sociais e suas formas de implementação. (BORBA, 2001, p. 47)

³ ONGs – Organizações Não-Governamentais

Assim conforme destacam Neto; Froes (2002), como principais características do Terceiro Setor a natureza específica de suas ações, sendo elas, ou de caráter social ou de investimento em programas e projetos sociais próprios, ou ainda de grau de diversidade alto das entidades que o compreendem, justificando a intenção de objetivos diferentes de simples ações filantrópicas.

Dessa forma, vê-se que as principais características do setor são compostas de várias modalidades, tais como: investimentos em programas e projetos sociais próprios; financiamento de campanhas sociais; parceria com o governo, empresas privadas, doações de pessoas físicas e jurídicas; comunidade e entidades sem fins lucrativos; participação em trabalhos voluntários.

A modalidade de ação de investimento em projetos e programas sociais é a que mais cresce em nosso país. Empresas nacionais e muitas corporações multinacionais estão criando institutos sociais para gerir suas próprias ações sociais. Outras financiam diretamente projetos da comunidade, e algumas criam e desenvolve seus próprios programas e projetos sociais. (NETO; FROES, 2002, p. 19)

Percebe-se então que, com esta modalidade de parceria, não existem para os setores integrantes desvantagens, já que há uma sinergia entre elas dentro da busca de um mesmo e único objetivo: a valorização do ser humano e o crescimento de sua sociedade, dentro dos campos da economia e política. Resumindo, essa “máquina social” está trabalhando dentro de um processo de geração de subsídio de sobrevivência para as empresas, ou seja, o seu lucro, também na oportunização de sua sociedade, cabendo a cada qual decidir de que forma irá atuar dentro desse processo.

4 ÉTICA EMPRESARIAL

Neste contexto, ressalta Anzoategui (2005) que a ética profissional é a aplicação da ética geral no campo das atividades profissionais que envolvem algumas organizações ou a grande maioria delas. A pessoa tem de possuir certos princípios ou próprios valores do ser humano para vivê-los em suas atividades de trabalho.

Assim considera Oliveira (2001), Ética Empresarial é o somatório de profissionais que devem seguir uma linha de conduta que permita o desenvolvimento harmônico do trabalho grupal, a partir dessa posição de cada um, por meio de um encargo legal no trabalho que oriente a disposição do individual diante do coletivo.

As decisões dos assuntos éticos podem ser a confiança que mantém junto aos compradores e vendedores. As faltas para as éticas impendem a continuidade da confiança, e eles dificultam ou tornam não aptos as operações comerciais contínuas, por consequência, as companhias deveriam desenvolver um ambiente ético para a proteção de seus interesses.

Ter ética pessoal é importante, é primordial e necessário, mas não o bastante para tomar decisões corretas no meio comercial ou de trabalho. É provável que os especialistas comerciais tenham uma dose boa de ética pessoal, mas podem não saber aplicar as convicções para as perguntas complexas do marketing, por exemplo. Ainda não foi descoberto um universo, até o presente, de um enfoque eficiente e prático para enfrentar as éticas dentro das organizações, nem uma forma padrão de desenvolvimento, politicamente, de regras para resolver os questionamentos que venham a surgir, exatamente pelo fato dos tratamentos éticos diferenciados ou não condizentes com a situação real.

Há vários séculos, a empresa vem comprovando que é um instrumento eficaz na racionalização do atendimento de necessidades humanas, individuais e sociais, e na combinação de recursos relativamente escassos (...) Nem sempre desempenhou a contento sua função social. Não foram raros no passado, ao invés de colocar-se a serviço do homem e da sociedade, a empresa tudo faz para colocá-los a seu serviço. Exatamente por causa de tais distorções, tão antigas quanto ela própria, a empresa nem sempre gozou de plena aceitação pela sociedade. (DUARTE; DIAS, 1986, p. 22)

Comentam Duarte; Dias (1986) que o período posterior a II grande Guerra foi marcado por muitas e rápidas transformações que, obviamente, afetam o mundo dos negócios e das empresas. O fenômeno de maior destaque no período é o surgimento das empresas multinacionais, com participação crescente na economia mundial.

Uma conjugação de fatores favoráveis possibilita a partir da década de 50, notável e rápido crescimento que beneficia, principalmente, os países capitalistas centrais, atingindo por tabela os periféricos. Difunde-se por toda a parte uma verdadeira febre de desenvolvimento que, entre outras aberrações, não leva em conta a cultura de cada povo, sua história e suas tradições. Sobretudo nos países ansiosos pela industrialização, as empresas surgem como geradoras de emprego e portadoras de progresso. Mas fiéis às leis do liberalismo, mostram-se mais preocupadas com os interesses de seus acionistas do que com o bem-estar das comunidades que as recebem. (DUARTE, DAIS, 1986, p. 29)

Os autores discorrem, ainda, que as décadas de 60 e 70 são afetadas por um extraordinário desenvolvimento dos meios de comunicação e transporte. Expande-se a imprensa escrita, aperfeiçoam e ampliam-se as comunicações por

rádio e telefone, enquanto a televisão populariza-se com incrível rapidez. Uma das principais consequências deste desenvolvimento é uma conscientização maior das diferenças econômicas e sociais entre comunidades e países.

Aplicando-se a este conjunto de transformações a Teoria dos Sistemas, pode-se dizer que estamos vivendo neste final de século uma Revolução Sistêmica. O termo é apropriado, pois se trata de uma revolução, porque se cria uma nova ordem que, em muitos aspectos, rompe radical e definitivamente com a ordem anterior. E é sistêmica porque não se muda apenas uma parcela ou aspecto da sociedade. Numa interação global, todos os subsistemas básicos do macrossistema social transformam-se ao mesmo tempo, com as mudanças de um interferindo nas dos outros, e estas nos sistemas maiores, até atingirem o macrossistema global.

Todas as instituições e organizações sociais, obviamente, são afetadas pela Revolução Sistêmica. (...) Os subsistemas econômicos (e, dentro deles, as empresas) são forçados a acompanhar as mudanças, revendo posições, adaptando procedimentos, redefinindo estratégias, estabelecendo novos objetivos. (DUARTE; DIAS, 1986, p. 36)

Assim, para muitos, as empresas tornam-se a própria encarnação do lado mau do capitalismo. Além das acusações tradicionais de exploração do trabalhador, de imperialismo e de depredação dos recursos naturais, começam a ser responsabilizadas por muitos males que afligem a sociedade, tais como: a poluição, a degradação dos centros urbanos, o desemprego e a pobreza de imensos contingentes populacionais.

Ainda, conforme Duarte; Dias (1986), ao contrário do que acontecia antigamente, as organizações são hoje pressionadas não apenas no que fazem, mas também por aquilo que não fazem, pela ausência de participação, pelo não comprometimento com os problemas da comunidade onde vivem e atuam. Porém, são acolhidas com certa desconfiança pela sociedade de hoje, que necessitam saber com antecedência se os benefícios oferecidos compensarão ou trarão agravos dos problemas já existentes ou ainda outros que, por ventura, surgirão.

Aplicado desde tempos imemoriais à administração de bens de terceiros, indica a obrigação, imposta ao administrador e assumida por ele, de prestar contas dos bens recebidos. Tal acepção firmou-se na área econômica, onde a empresa é vista, tradicionalmente, como entidade instituída pelos acionistas para a obtenção de lucros sendo, portanto, um patrimônio deles. Assim, a única responsabilidade da empresa, como entidade, e de seus administradores e operários, como contratados, seria obter o maior lucro possível para os donos da empresa. (DUARTE; DIAS, 1986 p. 51)

Diante disso, e retomando a ideia de Duarte; Dias (1986), nota-se que o atual modelo das empresas, aquele mais retrogrado, não está completando, satisfatoriamente, as necessidades e os anseios dos clientes e demais membros incluídos nesse processo, podemos concluir que caiu por terra a ideia dos lucros incessantes, pois as empresas não se resumem ao seu capital apenas. Sem os recursos do meio ambiente e sem a capacidade intelectual e de produção dos homens, o capital não gerará riquezas, pois não estará trazendo satisfação às necessidades do homem, assim, consequentemente, não trará melhora nenhuma à qualidade de vida.

Destacam os autores que, inserida na sociedade que lhe dá razão de ser, a empresa é, acima de tudo, uma realidade humana. E, como tal, envolve o homem inteiro: pessoa, sócio e cidadão. Isso faz dela uma realidade complexa, apresenta então quatro dimensões essenciais⁴. Podemos ressaltar que a Ética Empresarial no Brasil⁵ foi impulsionada dentro dos estudos de administração por essa onda de pensamentos em que a discussão da ética dentro do contexto organizacional enfatiza o compromisso dos administradores com a sociedade.

Conforme comenta Unghare (2005), os administradores precisam ter um conhecimento grande acerca da ética e da moral, estando inteirado em relação a todos os fenômenos que atingem a sociedade para poder criar um vínculo de boa aceitação perante seus colaboradores. A autora comenta ainda que são necessários alguns princípios básicos⁶ que o departamento de recursos humanos das organizações tem de possuir para manter um bom relacionamento entre seus funcionários.

Dessa forma, as empresas passam a procurar constantemente um agir ético dentro da organização, passando aos seus funcionários, antes de tudo, qual é a postura perante os assuntos que envolvem ética e moral, para criar uma

⁴ - uma dimensão pessoal: a empresa não se compõe de coisas ou animais, mas de seres humanos, pessoas que querem e devem ser vistas como tais;
- uma dimensão social: o homem só existe em sociedade, sendo impossível a absoluta separação entre sua realidade pessoal e sua realidade social;
- uma dimensão política: a impossibilidade de isolamento entre o interesse público e o particular exige a permanente participação de um poder maior na difícil tarefa de conciliar um e outro;
- uma dimensão econômica: a função específica que legitima sua existência e atuação no seio da sociedade é de natureza econômica. (DUARTE; DIAS, 1986, P. 54)

⁵ Em São Paulo, a Escola Superior de Administração de Negócios (ESAN), fundada em 1941, privilegiou desde seu início o ensino da ética, em 1992 o MEC (Ministério da Educação e Cultura) sugeriu que todos os cursos de administração incluíssem em seu currículo a disciplina de ética[...]. Em julho de 2000, o CENE sediou o II Congresso Mundial da ISBEE (International Society for Business, Economics, and Ethics), única instituição internacional que congrega professores, economistas e profissionais de empresas dedicados ou interessados em ética.

⁶ um administrador deve ter completo autodomínio; deve sempre se interessar pelos assuntos alheios; sempre admitir seus próprios erros; nunca fazer promessas que não possa cumprir; deve argumentar, nunca discutir; conduzir, mas não forçar; explicar claramente o que deseja; evitar juízos apressados; cuidar da mesma forma, dar a mesma atenção, tanto às grandes como às pequenas coisas; comunicar aos outros tudo quanto possa interessá-los; ouvir e observar com atenção; nunca fazer críticas publicamente; dar à recompensa o máximo realce; procurar compreender as pessoas, suas atitudes, suas frustrações, suas fraquezas. (UNGHARE, 2005, p. 22)

consciência no seu público interno *a priori*, assim possibilitando a todos igual condição de difundir essa postura perante os outros públicos como fornecedores e consumidores finais.

4.1 EVOLUÇÃO DO CONCEITO

Conforme Arruda; Whitaker; Ramos (2001), as primeiras preocupações éticas no campo empresarial que se tem notícia revelam-se pelas discussões e debates que ocorreram nos países da Europa como na Alemanha, por volta da década de 60.

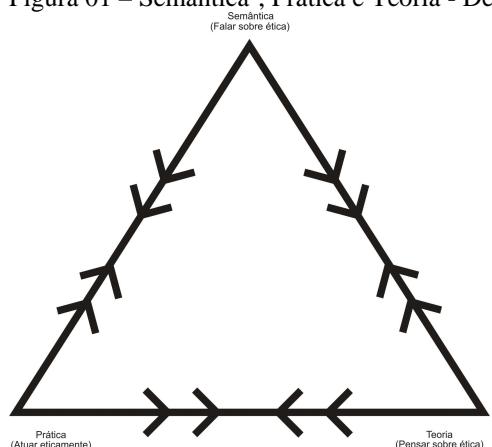
Desta maneira, vê-se que o ensino da ética iniciou-se nas décadas de 60 e 70, quando alguns filósofos vieram trazer sua contribuição, aplicando os conceitos da ética à realidade dos negócios, assim surgiu a Ética Empresarial.

Surgindo nos anos 70, a primeira pesquisa, desenvolvida *a priori* nos EUA e Europa, junto a empresários com o enfoque dado à ética nos negócios, residindo os estudos principalmente na conduta ética pessoal e profissional.

Nesse mesmo período, deu-se também um processo de expansão das empresas multinacionais. Já na década de 80, houve uma dedicação maior pelo ensino da ética nos negócios, até aqui a preocupação de ensinar a ética era para universidades de administração.

Acrescentam os autores que a década de 90 caracterizou-se por uma ampliação do propósito da ética empresarial, universalizando o conceito, pois foi criada a *International Society for Business, Economics, and Ethics (ISBEE)*, em que o Professor Georges Enderle iniciou a elaboração da primeira pesquisa ao nível global, dando origem à publicação esclarecedora, informativa e de profundidade científica. Este autor e outros procuraram sistematizar os vários enfoques perseguidos nos estudos de ética nos negócios entre os cinco continentes, facilitando os estudos acadêmicos e empresariais. (figura 01)

Figura 01 – Semântica⁷, Prática e Teoria - Desenvolvimento da ética por acadêmicos e executivos.



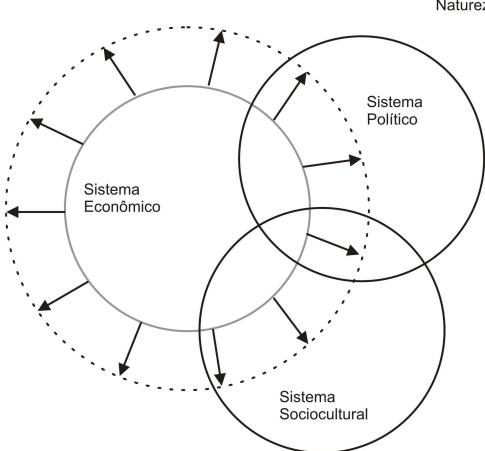
Fonte: ARRUDA; WHITAKER; RAMOS (2001).

Continuando as pesquisas deste setor, Arruda; Whitaker; Ramos (2001) propõem, ao final da década de 90, que a ética deve ser vivida numa enorme variedade de ambientes empresariais, em que a importância do clima moral pode diferir de país para país.

Alguns temas sobre a ética empresarial se delinearam, surge então uma preocupação internacional no fim do século: a corrupção, a liderança e as responsabilidades corporativas, pois coincide com os sistemas político e sócio-cultural, em que estão inseridas as organizações, assim, crescendo a contribuição da empresa à sociedade e ao governo ao qual pertencem. A boa empresa não é apenas aquela que apresenta lucro, mas a que também oferece um ambiente moralmente gratificante, em que as pessoas boas podem desenvolver seus conhecimentos especializados e também suas virtudes. (Figura 02)

⁷ Estudo das palavras e de seus elementos constitutivos, relativamente a sua significação, estudo das mudanças que no espaço e no tempo, se operam na significação das palavras.

Figura 02 - Contribuição da empresa à sociedade e ao governo



Fonte: ARRUDA; WHITAKER; RAMOS (2001).

Dentro desse enfoque, conclui Anzoategui (2005) que as pesquisas dentro da ética trouxeram uma base para estudos, possibilitando o desenvolvimento do conceito de ética empresarial, demonstrando suas inter-relações (empresa, governo e ambiente) e as importâncias de cada atitude praticada com ética sobre os aspectos particulares de cada setor, culminando assim em espaços comuns de atitudes e procedimentos, facilitando a busca de um mesmo objetivo pelos integrantes do processo social.

5 AS VANTAGENS PARA A EMPRESA QUE PRATICA RESPONSABILIDADE SOCIAL ÉTICA

Como vimos o ambiente empresarial tem visto nos últimos anos um crescimento muito grande na discussão de temas relacionados à Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade. Além das necessidades de se tornar uma empresa competitiva com diferenciais a fim de agradar e agregar mais clientes/consumidores, bem como parceiros, há um sentimento partilhado e mais amplo sobre a necessidade de transformação da sociedade, a inclusão social e o pagamento ao meio dos subsídios utilizados para a geração de rendas. A organização empresarial juntamente com o Estado acaba formando um setor que vem a um longo tempo, pensando e agindo de forma a reduzir os impactos sociais e as diferenças provindas destas exclusões sociais.

Tanto que comenta Neto (2002):

A responsabilidade social de uma empresa consiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrente do tipo de atividade que exerce.

Existe uma grande tendência em que as práticas de projetos sociais sejam vistas apenas como assistencialismo ou mera filantropia, pois cabe a cada organização criar em seu público direto e indireto uma consciência mais clara acerca de seus interesses demonstrando que a real ideia desses projetos possui de cunho social e que a prática deles antes de tudo é promover a população beneficiada de forma a estar sendo incluída dentro das margens sociais.

E ainda de acordo com o autor, o apoio ao desenvolvimento da sociedade e a preservação do meio ambiente não são suficientes para premiar uma organização como socialmente responsável. É preciso investir em projetos que possibilitem o bem-estar dos seus funcionários e dependentes com um ambiente de trabalho saudável, além de promover uma comunicação transparente, dando retorno aos investidores de modo a assegurar a sinergia com seus parceiros e a garantir a satisfação de seus clientes e/ou consumidores.

Assim, o grande desafio que se apresenta atualmente é o de determinar qual o papel da empresa na contribuição decisivamente no processo de transformação, de forma a se manter competitiva e sustentável, dessa forma, devemos encontrar um ponto de partida sólido para incorporar uma visão estratégica integrada da organização, e não apenas como temas de oportunidade ou conveniência.

Isso porque, conforme indica o autor, a organização deve ser reconhecida como participativa, ética e socialmente responsável, para isso, deve existir um maduro processo de busca de consenso, definição de prioridades, indicadores de evolução, comunicação, verdadeira participação interna e externa com todos os públicos da empresa tendo os Recursos Humanos fundamental importância neste processo. O papel da empresa dentro do contexto Ético de Responsabilidade Social deve ser assumido de maneira clara e objetiva dentro da atitude de devolução ao meio dos subsídios, assim, não deixando aberto para conclusões como a do assistencialismo e a da filantropia.

Destaca Anzoategui (2005) que as atividades humanas e, consequentemente, as empresariais sempre têm uma dimensão ética. O agir ético não será uma mera ação produtiva, mas necessitará sempre de um estudo aprofundado, de uma ação reflexiva que oriente as atitudes a serem tomadas diante de escolhas ou caminhos a serem seguidos. Esta reflexão é uma referência ao conjunto de valores que podemos identificar como saber ético atual.

Faz-se assim importante reconhecer sempre esses dois elementos: o saber e o agir ético, que se complementam e enriquecem mutuamente. Em qualquer ação, não se referir ao saber ético poderá nos orientar a uma solução relativista, qualquer decisão poderá ser boa ou má, dependendo das circunstâncias, ou utilitarista, tomar uma decisão em função da utilidade pessoal.

Como já mencionado, os consumidores, atualmente estão mais exigentes, tudo isso devido à capacidade de acesso à informação, estão ligados à realidade de maneira global, esclarecidos acerca de seus direitos, por isso, passaram a ser considerados como referência, opinião de extrema importância nas ações das empresas. Com isso, a influência de suas decisões no mercado afetam, unilateralmente, os resultados das empresas.

Contudo, avalia o autor que a postura deste consumidor com o perfil mais exigente está cobrando cada vez mais ações responsáveis das empresas, seja elas com o meio ambiente, com seus colaboradores, ou com sua comunidade, fazendo desse um dos fatores relevantes na escolha final para o consumo, tornando assim a postura ética da empresa e a aplicação de atividades de responsabilidade social essencial para a procura dos clientes por uma empresa que além do produto ofereça condições de desenvolvimento e crescimento para a sociedade. Agindo assim, as empresas obtêm resultados não apenas na sua imagem, mas sim em valorização de sua marca e de suas ações.

Dessa forma, o autor conclui que cabe aos gestores das empresas avaliar e planejar suas ações em relação aos projetos de Responsabilidade Social, desenvolvendo os trabalhos de forma a agregar valores aos seus produtos/serviços e a sua imagem, estimular seus funcionários dando a eles condições de trabalho e de melhora da qualidade de vida, e, sobretudo, oferecer aos consumidores um produto/serviço de qualidade e valor agregado, com a certeza de que, com o consumo do seu produto/serviço, o público estará, além de contribuindo com o crescimento da empresa, trazendo para a comunidade um benefício social de relevância por meio das ações Éticas de Responsabilidade Social praticadas pelas empresas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma análise da eficácia no processo de reflexão ética dentro da empresa origina, via de regra, a adoção de algumas práticas definidas e conhecidas por todos os envolvidos no processo.

Assim, a criação de um ambiente ético possibilita compreender e implementar um processo de Responsabilidade Social Corporativa, que esteja integrado no planejamento estratégico da empresa, e por meio desta a mesma tem consciência e assume suas responsabilidades de sua gestão, dentro dos campos econômico, social e ambiental, no processo completo de suas atividades, mantendo um diálogo constante com todas as partes interessadas.

Esta visão não é aplicada a determinada organização conforme o seu tamanho ou no que atua, é aplicável a todas as empresas, nas mais diversas áreas econômicas e de qualquer porte, desde a micro empresa até a grande corporação e a multinacional, pois todas estão inseridas dentro de uma sociedade. Umas das características que considero para diferenciação de projeto de responsabilidade social e filantropia seria o grau de seriedade e de continuidade desses trabalhos, demonstrando assim o interesse da empresa em fazer a devolução ao meio dos subsídios que ela utilizou e que irá por ventura utilizar, assim caracterizando uma atitude responsável socialmente.

Observando pelo lado ético das ações de responsabilidade social promovidas pela iniciativa privada, diretamente ocorre a transformação indivíduos tornando-os capazes de estar incluídos dentro do processo sociável, dando-os a capacidade de estar incluído dentro do mercado de trabalho, possibilitando-os a gerar seu sustento e devolvendo-os a dignidade humana, diminuindo assim as diferenças e as exclusões que são comuns para esses indivíduos que não detêm o mínimo de conhecimento. Assim, percebemos a responsabilidade do terceiro setor e também das ONG's na viabilização e execução de projetos com qualidade e coerentes, voltados à educação e à aprendizagem básica da população carente, temos como um aspecto importante a educação que promove à sociedade a capacidade de crescimento e de desenvolvimento. Com a população mais instruída e com conhecimento educacional mais conciso, a possibilidade do aumento da qualidade de vida se torna tangível.

Percebe-se então, conforme todo o exposto até aqui, que o mercado, como parte da sociedade, está mais consciente e crítico das atitudes empresariais, e aberto a premiar ou excluir as práticas éticas e socialmente responsáveis, ou a sua indiferença. Da mesma forma, também os clientes analisam cada vez mais com uma atenção redobrada a forma pela qual as organizações realizam sua maximização dos lucros e oferecem retornos aos seus acionistas e investidores.

Nenhuma das considerações feitas sobre as empresas partem de uma coisa, senão do homem, sujeito e objeto de sua razão de ser, ser humano com sua dignidade e personalidade própria, indivisível e específica. Como tal, a razão de existência de uma organização é a geração de lucros para a sua sobrevivência e também o lucro de seus proprietários e acionistas. Com isso, procurar explicar os projetos de responsabilidade social acaba sendo uma tarefa complicada ainda

mais afirmando que esses projetos são ferramentas de sustentação para a empresa, mas assumindo a ideia de que promovendo a Responsabilidade Social Ética, o reconhecimento e o retorno serão uma das consequências desses trabalhos prestados dentro de uma continuidade junto ao meio em que a empresa está inserida podemos considerar essa empresa ética e responsável socialmente.

Diante de tudo o que foi argumentado, pode-se então afirmar que somente serão duradouras neste século as empresas que souberem criar uma nova sociedade, as organizações empresariais que puderem ser reconhecidas como éticas, social e ambientalmente responsáveis, por isso, essa discussão não é uma questão de moda, trata-se de uma tendência para o desenvolvimento de uma nova concepção para estratégias empresariais.

7 REFERÊNCIAS

- ANZOATEGUI, R.; **Os Projetos de Responsabilidade Social Como Ferramenta de Sustentabilidade da Empresa.** Monografia. FAG. Cascavel. 2005.
- ARRUDA, M. C. C.; WHITAKER, M.C; RAMOS, J. M. R.; **Fundamentos de Ética Empresarial e Econômica.** Editora Atlas. São Paulo, 2001.
- BORBA, E. R. L.; **Terceiro Setor, Responsabilidade Social e Voluntariado.** Editora Universitária Champagnat. Curitiba, 2001.
- DUARTE, G. D.; DIAS, J. M. A. M.; **Responsabilidade Social: A Empresa Hoje.** LTC Livros Técnicos e Científicos Editora S.A. Rio de Janeiro. São Paulo, 1986.
- NETO, F. P. M.; **Responsabilidade Social - A Cidadania Empresarial,** Editora Qualitymark. Rio de Janeiro, 2002.
- NETO, F. P. M.; FROES, C.; **Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial - A Administração do Terceiro Setor.** Qualitymark Editora - 2^a Edição - Rio de Janeiro, 2002.
- OLIVEIRA, M. A.; **Correntes Fundamentais da Ética Contemporânea.** Editora Vozes - 2^a Edição - Petrópolis, 2001.
- UNGHARE, A. C.; **O Gestor como Possibilitador de uma Ação de Responsabilidade Social.** Dissertação. UFSC. Santa Catarina. 2005.