REFLEXÕES SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Gisele Dayane Milani¹, Tassiany Maressa Santos Aguiar²

¹Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC, Doutoranda em Serviço Social, São Paulo, SP. Bolsista CAPES.

²Centro Universitário Toledo, curso de Ciências Contábeis, Presidente Prudente, SP. E-mail: giselemilani@hotmail.com

RESUMO

Este artigo tem por objetivo apresentar reflexões críticas sobre a Responsabilidade Social Empresarial na contemporaneidade, enquanto estratégia de gestão norteada por valores de sustentabilidade, assim como destacar seu marco histórico, conceituação e atuação do Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial– referência no campo de estudo. Trata-se de uma pesquisa em que foram realizadas pesquisa bibliográfica, pesquisa documental em fontes secundárias e a pesquisa de campo nas organizações associadas ao Instituto Ethos de Responsabilidade Social. Como resultados, apresentamos que para a Responsabilidade Social se efetive com excelência na prática das organizações, precisa estar atrelada a um processo de gestão (diagnóstico, planejamento, execução, monitoramento e avaliação) pautados em princípios éticos e de sustentabilidade, cuja direção não é apenas o hoje, mas os impactos futuros de suas ações.

Palavras-chave: Negócios. Sustentabilidade. Responsabilidade Social Empresarial. Gestão. Ethos.

REFLECTIONS ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

ABSTRACT

This article aims to present critical reflections about Corporate Social Responsibility in the contemporary world, as a management strategy guided by sustainability values, as well its historical, conceptualization and performance of the Ethos Institute for Corporate Social Responsibility in the field of study. It is a research with bibliographical research, documentary research in secondary sources and field research were carried out in organizations associated to the Ethos Institute of Social Responsibility. As a result, we present that for Social Responsibility to be effective with excellence in the practice of organizations, it must be linked to a management process (diagnosis, planning, execution, monitoring and evaluation) based on ethical principles and sustainability, whose direction is not only today, but the future impacts of its actions.

Keywords: Sustainability. Corporate Social Responsibility. Management. Ethos

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

As considerações aqui apresentadas, foram construídas no processo de reflexão e síntese durante a elaboração da dissertação de mestrado (de ambas) sobre Responsabilidade Social Empresarial- RSE e Investimento Social Privado. Objetivo é de publicizar as reflexões tecidas ao longo de dois anos de pesquisa sobre Responsabilidade Social, destacar seu marco histórico, conceituação, e atuação do Instituto Ethos.

Esta é uma pesquisa qualitativa a fim de identificar e analisar a dimensão da responsabilidade social empresarial. Conforme Martinelli (2005, p. 119), “[...] a finalidade última da pesquisa qualitativa é conhecer a experiência do grupo pesquisado e os significados que atribuem a tal experiência. Para o equacionamento da pesquisa, foram realizadas: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental em fontes secundárias e a pesquisa de campo nas organizações associadas ao Instituto Ethos de Responsabilidade Social.

Neste contexto, cabe destacar que, é sob a égide do capitalismo, na sociedade de produção, que surge a responsabilidade social empresarial. Proveniente de determinado estágio da gestão empresarial, essa nova forma integra valores éticos como norteadores de negócios e requer o pensamento em estratégias e políticas que envolvam uma relação socialmente responsável por parte das empresas, tornando-as agentes e parceiras de uma sociedade mais sustentável. Além disso, tal forma deve envolver o público com o qual se relaciona, os *stakeholders*¹.

Segundo Fischer (2002, pp. 74-75), no início do século XX correntes de pensamento buscaram ampliar a relação da empresa com o ambiente social, ressaltando a importância da interação das organizações com o sistema social do qual faziam parte. Conforme a autora,

Desta reflexão surge o conceito de responsabilidade social empresarial ou corporativa, que é cunhado, no âmbito da teoria das organizações, como uma das funções organizacionais a serem administradas, no fluxo das relações e interações, que se estabelecem entre os sistemas empresariais específicos e o sistema social mais amplo (FISCHER, 2002, p. 75).

De início, afirma Fischer, o conceito não foi absorvido. As empresas explicitavam a intenção de aderir ao cumprimento de sua função social, mas na prática se limitavam a ações pontuais e esporádicas. Seria, pois, cenário complexo da mundialização econômica que tornaria, de todo modo, propício o ressurgimento do exercício da Responsabilidade Social.

Em síntese, as empresas competem entre si de forma acirrada e pressões como a citada mundialização econômica, a intensificação da inovação tecnológica, consumidores cada vez mais exigentes, fazem parte de um cenário em que apenas a qualidade e o preço não são mais tão atrativos como outrora. A sobrevivência e o sucesso da corporação empresarial passaram também a requerer a adoção de práticas que tragam um diferencial, que conquistem a preferência dos consumidores.

FISCHER (2002, p. 44), mais uma vez, ajuda a compreender esse processo, o qual se relaciona ao contexto histórico já apresentado:

As crises econômicas abalaram a economia do país, a confiança dos investidores externos, a segurança e auto-estima dos empresários nacionais. Nos anos noventa, o movimento de globalização da economia pressionou o Brasil a adotar políticas liberalizantes e a enfrentar os desafios da modernização. A indústria local sucumbiu à competição acirrada e à perda das medidas protecionistas do Estado. Crise fiscal, abertura às importações, privatizações e intensificação da entrada de capital internacional transformaram, radicalmente, o cenário da economia brasileira na passagem do século sem, contudo, promover a erradicação dos desequilíbrios econômicos e sociais que agravam cada vez mais a vida dos brasileiros.

No amplo cenário acima destacado, as parcerias entre Estado, Mercado e Sociedade Civil adquirem uma importante dimensão, mesmo até necessária no esforço de se promover o desenvolvimento sustentável.

De acordo com Alessio (2003, p. 04), em meados da década de 1960 a Responsabilidade Social já estava em uso nos Estados Unidos, mas só foi incorporada no Brasil à medida em que os empresários notaram as vantagens que tal prática poderia trazer para os negócios. Ela se

¹ Segundo Machado Filho (2006, p. 03), “*stakeholders*” se refere a todos os públicos com os quais a empresa se relaciona, a saber: funcionários, consumidores, acionistas, fornecedores, prestadores de serviço, comunidade, governo etc.

intensificou a partir da década de 1990 no contexto do processo de redemocratização, de abertura econômica e de incentivo à Reforma do Estado no Brasil, que, por sua vez, esteve atrelada aos interesses das novas configurações das relações internacionais em meio à crise global do sistema capitalista e do neoliberalismo. As empresas começaram, por exemplo, a desenvolver políticas de preservação do meio ambiente e a se sensibilizar com iniciativas de apoio a ações de cunho social.

Assim, recorda-nos ALESSIO (2008, pp. 100-101),

[...] o movimento da responsabilidade social das empresas, cuja projeção nos EUA e na Europa aconteceu em meados da década de 60, passou a ser pauta na agenda dos empresários brasileiros, com mais visibilidade, na década de 90, incentivado pelo período de redemocratização e abertura econômica do País, pelos direitos conquistados com a Constituição Federal de 1988, pela aprovação do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, em 1990, pela aprovação da Lei Orgânica da Assistência Social (LOAS), em 1992, que contribuíram para uma maior conscientização e organização da sociedade civil sobre seus direitos, também favorecendo a fundação de ONGs e o fortalecimento do Terceiro Setor.

A ideia de responsabilidade social, desse modo, ganhou projeção no meio empresarial brasileiro apenas nos anos de 1990. Segundo GRAYSON E HODGES (2012, p. 74), “numa economia global interconectada, os consumidores (que hoje são em geral mais bem informados e mais afluentes do que nunca) serão fiéis a marcas e organizações que lhes deem razões para confiar”. De acordo com o autor, para garantir contratos e negócios, também é importante que as companhias demonstrem determinado envolvimento com o meio ambiente e com a comunidade.

Neste sentido, PAES (2003, p. 25) afirma que:

Diante dessa nova organização empresarial global, as organizações privadas possuem uma nova diretriz nos rumos da obtenção do lucro, pois simplesmente as vantagens oferecidas em relação a valores (preços) não estão sendo suficientes para a obtenção de um mercado consumidor. Cada vez mais a qualidade do produto está relacionada à relação da empresa com a sociedade e seu comportamento ético e esses fatores determinam o comportamento dos consumidores.

Nota-se que a responsabilidade social empresarial surge no momento em que o papel das empresas também é questionado e sofre transformações. É interessante acrescentar que as atividades predatórias oriundas da intensa fabricação de novos produtos começaram a gerar insatisfação por parte da sociedade e reconheceu-se, desde então, que o consumo possuía implicações sociais. Do exposto, pode-se afirmar que a notoriedade da responsabilidade social se deu também devido à deterioração dos ecossistemas na sociedade industrial.

Assim, a sobrevivência das empresas também depende de satisfação das partes envolvidas. Entendemos que as relações entre a sociedade e as organizações são dialéticas, o que significa dizer que a sociedade interfere na existência da empresa e que, como as empresas fazem parte da sociedade, elas também sofrem alterações.

MÉTODO

Trata-se de um assunto relevante e que pode ser de interesse de pesquisadores e profissionais. Contribuímos, assim, para a interação e o crescimento da produção sobre uma temática atual e desafiadora.

Fruto da pesquisa realizada por ambas as autoras para a elaboração da dissertação de mestrado em Serviço Social – objeto de estudo – Responsabilidade Social Empresarial e Investimento Social Privado. Equacionado neste artigo, através de considerações e reflexões críticas obtidas através das pesquisas bibliográficas realizadas, pesquisa documental em fontes secundárias e pesquisa junto às organizações associadas ao Instituto Ethos de Responsabilidade Social do Estado de São Paulo, órgão de referência na temática.

RESULTADO

O foco de trabalho do Instituto ETHOS², destarte, será a Responsabilidade Social. Segundo o ETHOS (2007, p. 04), uma série de instituições adotaram o conceito de responsabilidade social empresarial, como a *Corporate Social Responsibility* - CSR-Europe, o *Sustainability Institute*, *Business for Social Responsibility* - BSR, a *International Finance Corporation* - IFC, o *Institute of Social and Ethical Accountability*, o Instituto ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social etc. Tal conceito é definido

[...] pela relação que a empresa estabelece com todos os seus públicos (stakeholders) no curto e no longo prazo. Os públicos de relacionamento da empresa envolvem inúmeras organizações de interesse civil/social/ambiental, além daqueles usualmente reconhecidos pelos gestores — público interno, acionistas e consumidores/clientes. (ETHOS, 2007, p. 4).

É, ainda, organizado em sete tópicos: “valores, transparência e governança; público interno; meio ambiente; fornecedores; consumidores/clientes; comunidade; governo e sociedade” (ETHOS, 2007, p. 04). Segundo o ETHOS, a responsabilidade social pode ser compreendida, assim, como um modelo de gestão empresarial, de condução dos negócios com foco na gestão, a ser levado por qualquer empresa, utilizando-se recursos privados para fins públicos.

Nesse sentido, temos ainda o conceito da ABNT NBR ISO 26000³:

Segundo a ISO 26000, a responsabilidade social se expressa pelo desejo e pelo propósito das organizações em incorporarem considerações socioambientais em seus processos decisórios e a responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente. Isso implica um comportamento ético e transparente que contribua para o desenvolvimento sustentável, que esteja em conformidade com as leis aplicáveis e seja consistente com as normas internacionais de comportamento. Também implica que a responsabilidade social esteja integrada em toda a organização, seja praticada em suas relações e leve em conta os interesses das partes interessadas.

Os dois conceitos, dessa maneira, abordam a responsabilidade social como modelo de gestão corporativa e denota uma postura pautada em valores éticos na condução das ações organizacionais, capaz de integrar o público com o qual a empresa se relaciona.

A Responsabilidade Social também é contemplada nos princípios da atividade econômica da Constituição Federal de 1988, Art. 170 e seguintes, onde se estabelece a propriedade privada e

² O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social foi criado em 1998 por empresários e executivos da iniciativa privada e é uma organização da sociedade civil de interesse público – Oscip. Tem como missão “mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável” (ETHOS, s.d.;s.p.). Mais informações em: <http://www3.ethos.org.br/>. Acesso em: 03 dez. 2015.

³ Mais informações: **ISO 26000.** Disponível em: http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp. Acesso em: 18 nov. 2015. Colloquium Socialis, Presidente Prudente, v. 01, n. Especial 2, Jul/Dez, 2017, p.827-832. DOI: 10.5747/cs.2017.v01.nesp2.s0235

sua função social, a defesa do consumidor e do meio ambiente e a redução das desigualdades tanto regionais quanto sociais.

Em pesquisa ao Instituto Ethos, constatamos que suas áreas de fomento e defesa são: **Meio Ambiente**, defesa para que os governos ajam mundialmente impedindo que o aquecimento global afete de modo profundo a vida no planeta. **Direitos Humanos**, defesa de ações que proporcionem o enfrentamento a desigualdade social e o empoderamento de grupos discriminados por meio da inclusão do mercado de trabalho. **Integridade**, defesa da ética nas relações enquanto pilar imprescindível para o desenvolvimento econômico. **Gestão Sustentável**, geração de muito valor. **Economia**, inovação no modelo de desenvolvimento para o crescimento, através do fomento e defesa da sustentabilidade. E **Apoio** aos diversos parceiros com o objetivo de mobilizar, sensibilizar e ajuda-los a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-os responsáveis na construção de uma sociedade responsável e justa.

DISCUSSÕES

Hoje o Instituto conta com 509 associados, entre empresas, entidades empresariais e instituições de ensino, de diferentes regiões, setores e portes. Conforme dados a seguir:

FIGURA 1 – Porte das Empresas Associadas

Atualizado em: 15/08/17		
Total de empresas associadas: 509		
Porte das Empresas Associadas		
Porte	Total	%
Não Informado	44	8.64
Microempresa	60	11.79
Pequena empresa	100	19.65
Média empresa	93	18.27
Grande Empresa	212	41.65

Fonte: Instituto Ethos.

FIGURA 2 – Empresas Associadas por Estado

Empresas Associadas por Estado					
Estado	Quantidade	%			
AL - Alagoas	1	0.20	PA - Pará	4	0.79
AP - Amapá	1	0.20	PB - Paraíba	1	0.20
AM - Amazonas	3	0.59	PR - Paraná	20	3.93
BA - Bahia	20	3.93	PE - Pernambuco	7	1.38
CE - Ceará	7	1.38	PI - Piauí	1	0.20
DF - Distrito Federal	13	2.55	RJ - Rio de Janeiro	76	14.93
ES - Espírito Santo	10	1.96	RN - Rio Grande do Norte	3	0.59
GO - Goiás	15	2.95	RS - Rio Grande do Sul	12	2.36
MA - Maranhão	1	0.20	SC - Santa Catarina	11	2.16
MT - Mato Grosso	4	0.79	SP - São Paulo	254	49.90
MS - Mato Grosso do Sul	3	0.59	SE - Sergipe	3	0.59
MG - Minas Gerais	36	7.07	TO - Tocantins	2	0.39
			Não informado ou no exterior	1	0.20

Fonte: Instituto Ethos.

Para que seja possível monitorar e avaliar a efetivação das atuação e incorporação dos valores de sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial (RSE) nas estratégias de negócio de todos os parceiros, o Instituto Ethos desenvolveu uma ferramenta de gestão intitulada

Indicadores Ethos. A ferramenta permite o autodiagnóstico da gestão para subsidiar os planejamentos e delimitação de metas para o avanço da RSE/Sustentabilidade.

A responsabilidade social, assim, pode variar nas organizações de acordo com as características destas. No entanto, entendemos que o fator motivador da adoção da responsabilidade social vai além da contribuição para a construção de uma sociedade mais justa, da sociabilidade ou da sustentabilidade. A outra face da responsabilidade social, de fato, é permeada de interesses que propiciam uma série de vantagens às empresas, como, por exemplo, o fortalecimento da imagem e da reputação, o diferencial competitivo, a dedução fiscal etc., mas não é nosso objetivo aqui aprofundá-los.

CONCLUSÃO

O nosso objetivo é, pois, diante o estudo realizado, destacar que a Responsabilidade Social Empresarial está diretamente ligada ao desenvolvimento sustentável, àquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem às suas necessidades.

Portanto, para que se efetive com excelência na prática das organizações, precisa estar atrelada a um processo de gestão (diagnóstico, planejamento, execução, monitoramento e avaliação) pautados em princípios éticos e de sustentabilidade, cuja direção não é apenas o hoje, mas os impactos futuros de suas ações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALESSIO, Rosemeri. **Responsabilidade social das empresas no Brasil: reprodução de postura ou novos rumos?** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

ALESSIO, Rosemeri. **Responsabilidade social das empresas no Brasil: reprodução de posturas ou novos rumos?** Revista Virtual Textos & Contextos, nº 2, dez. 2003 . Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fass/article/viewFile/952/732>>. Acesso: 01 jul. 2012.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **O melhor de Peter Drucker: o homem.** Trad. De Maria Lúcia L. Rosa. São Paulo: Nobel, 2001.

ETHOS. **Conceitos básicos e indicadores de responsabilidade social empresarial.** Rede Ethos de Jornalistas. Versão on-line, São Paulo, junho de 2007, 5ª ed. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/cedoc/conceitos-basicos-e-indicadores-de-responsabilidade-social-empresarial-5a-edicao-2/#.VaENWUYd1bs>>. Acesso: 11 jul. De 2015.

FISCHER, Rosa Maria. **O desafio da colaboração: práticas de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor.** São Paulo: Editora Gente, 2002.

MACHADO FILHO, Cláudio A. Pinheiro. **Responsabilidade social e governança: o debate e as implicações:** responsabilidade social, instituições, governança e reputação. São Paulo: Thomson, 2006. 172 p.

PAES, A. **A Responsabilidade Social Empresarial (RSE): espaço de intervenção profissional do Serviço Social.** 2003. Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade de Serviço Social da PUC-SP, São Paulo, 2003.