

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROF. ARMANDO JOSÉ FARINAZZO
CENTRO PAULA SOUZA

Francisca Jessica Silva Santos
Leticia Cristina Rodrigues Do Nascimento
Lorrayne Sandrim de Carvalho
Mônica Maria de Paula Silva

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Fernandópolis
2022

Francisca Jessica Silva Santos
Leticia Cristina Rodrigues Do Nascimento
Lorrayne Sandrim de Carvalho
Monica Maria Da Silva

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção da Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio e Técnico em Administração no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios, à Escola Técnica Estadual Prof. Armando José Farinazzo, sob orientação do Professor Ricardo Leal Soares.

Fernandópolis
2022

Francisca Jessica Silva Santos
Leticia Cristina Rodrigues Do Nascimento
Lorrayne Sandrim de Carvalho
Monica Maria Da Silva

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como exigência parcial para
obtenção da Habilitação Profissional
Técnica de Nível Médio e Técnico em
Administração no Eixo Tecnológico de
(Gestão & Negócios), à Escola Técnica
Estadual Prof. Armando José Farinazzo,
sob orientação do Professor(a) Ricardo
Leal Soares

Examinadores:

Nome completo do examinador 1

Nome completo do examinador 2

Nome completo do examinador 3

Fernandópolis
2022

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho aos nossos familiares que estiveram ao nosso lado nos apoiando, aos nossos professores que nos orientaram.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradecemos a Deus por estar ao nosso lado nos abençoando e guiando nossos caminhos. Também as nossas famílias que nos incentivaram a ingressar no curso. E por fim, aos nossos professores, em especial ao professor Ricardo Antônio Leal Soares nosso orientador, que nos apoiou ao longo do projeto.

EPÍGRAFE

“Temos de fazer o melhor que podemos.
Esta é a nossa sagrada responsabilidade
humana.” (ALBERT EINSTEIN)

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Francisca Jessica Silva Santos
Leticia Cristina rodrigues Do Nascimento
Lorrayne Sandrim De Carvalho
Monica Maria Da Silva

RESUMO: As organizações são formadas por pessoas, hierarquias, regras de condutas morais e éticas nas quais exercem atividades econômicas a fim de obter lucros, seja esses por meio da produção, ou venda de bens e/ou serviços. Com o passar dos anos, e por meio da evolução de diversas teorias do ramo administrativo empresarial, surgiu à necessidade de desenvolver uma conduta ética voltada à responsabilidade social empresarial. Nota-se que o principal foco da ética empresarial está voltado em normas onde buscam solucionar problemas relacionados à política, instituições e em como as empresas agem e se comportam mediante a sociedade como um todo. Em 2010 foi desenvolvida a norma ISO 26000 na qual é usada como uma “norma guia”, pois contém instruções de como uma empresa pode ser gerenciada com normas e práticas voltadas a responsabilidade social. As empresas nas quais adotam práticas sociais estão além das demais corporações no atual cenário mercadológico.

Palavras-chaves: Responsabilidade social corporativa; Responsividade social corporativa; Retitude social corporativa.

ABSTRACT: Organizations are formed by people, hierarchies, rules of moral and ethical conduct in which they carry out economic activities in order to obtain profits, whether through the production or sale of goods and/or services. Over the years, and through the evolution of several theories of the business administrative branch, the need to develop an ethical conduct aimed at corporate social responsibility arose. It is noted that the main focus of business ethics is focused on norms where they seek to solve problems related to politics, institutions and how companies act and behave towards society as a whole. In 2010, the ISO 26000 standard was developed, which is used as a “guide standard”, as it contains instructions on how a company can be managed with standards and practices focused on social responsibility. The companies in which they adopt social practices are beyond other corporations in the current market scenario

Keywords: Corporate social responsibility; Corporate Social Responsiveness; CSR3: Corporate Social Righteousness.

1. INTRODUÇÃO

A responsabilidade social é de suma importância na sociedade de modo geral e ganha espaço cada vez mais. Empresas que buscam desenvolver práticas de responsabilidades sociais devem conter as seguintes características: domínio econômico, ou seja, as empresas devem ser capazes de gerar lucro e distribuir para todos os seus *stakeholders*, é preciso obedecer ao domínio legal, respeitar as leis e normas do estado onde está inserida e deve conter o domínio social, ou seja, elaborar ações voltadas ao meio ambiente, ao consumidor, aos trabalhadores e outros campos na qual possa se antecipar a eventuais mudanças legislativas. Ressaltando que a responsabilidade social é fundamentada na ISO26000 na qual diz respeito ao governo das organizações, aos direitos humanos, as práticas laborais, ao meio ambiente, as práticas operacionais, aos consumidores e ao desenvolvimento da sociedade.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. A ADMINISTRAÇÃO - SURGIMENTO E EVOLUÇÃO

De acordo com Chiavenato (2004), a administração surgiu em meados do século XX devido à contribuição dos conceitos de filósofos, físicos, economistas, estadistas e empresários que, com o passar dos anos desenvolveram suas teorias baseadas em seu ramo de atividades.

A administração foi se desenvolvendo aos poucos, no século XIX podemos notar a existência de pequenas empresas, como as oficinas, grupos de artesãos que trabalhavam no fundo de suas casas, pequenas escolas e diversos profissionais autônomos como os lavradores, médicos e advogados. O trabalho sempre se fez presente na história da humanidade e devido o desenvolvimento e a evolução dos países houve a necessidade de as organizações serem administradas, pois, grande parte das empresas tem obrigações sociais a serem comandadas de forma correta para que possam ser eficientes e eficazes.

A influência dos filósofos contribuiu para a formação dos princípios básicos da Administração, alguns pensamentos e teorias são:

“Sócrates, filósofo grego (470 a.c. - 399 a.c.) Administração como uma habilidade pessoal separada do conhecimento técnico e da experiência”. (CHIAVENATO, 2004, p.30):

Platão (429 a.c. - 347 a.c.), filósofo grego, analisou os problemas políticos e sociais decorrentes do desenvolvimento social e cultural do povo grego. Em sua obra, A República, 3 expõe a forma democrática de governo e de administração dos negócios públicos.

“Aristóteles (384 a.c. - 322 a.c.), deu o impulso inicial a Filosofia, Cosmologia, Nosologia, Metafísica, Lógica e Ciências Naturais abrindo as perspectivas do atual conhecimento humano”. (CHIAVENATO, 2004, p.30)

“René Descartes (1596-1650), filósofo, matemático e físico francês, considerado o fundador da Filosofia Moderna, criou as coordenadas cartesianas e deu impulso à Matemática e à Geometria da época”. (CHIAVENATO, 2004, p.30)

As teorias da administração foram surgindo através de influências filosóficas, influencias da igreja católica e de organizações militares. O marco da administração foi de fato a revolução industrial, onde pequenas oficinas se tornaram grandes fabricas e aos poucos se caracterizaram em indústrias devido a maquinização, ou seja, os operários foram substituídos por máquinas e isso levou a divisão do trabalho. Os operários dessa época não tinham qualidade de vida alguma, a jornada de trabalho era de 12 a 13 horas em condições precárias e insalubres e devido a esses fatores ocorriam com muita frequência os acidentes de trabalho (CHIAVENATO, 2004).

No início do século XX surge a Administração Científica na qual foi criada por Frederick Winslow Taylor nos Estados Unidos, com ênfase nas tarefas realizadas pelos operários, seu foco é eliminar desperdícios e aumentar a produtividade (CHIAVENATO, 2004).

Em 1916 surge na França a Teoria Clássica fundada por Henry Fayol, seu foco é na estrutura organizacional, eficiência e na divisão do trabalho. (CHIAVENATO, 2004, p. 81) “Fayol define o ato de administrar como: prever, organizar, comandar, coordenar e controlar. As funções administrativas envolvem os elementos da Administração, isto é, as funções do administrador”. A sigla PODC, prever, organizar, comandar, coordenar e controlar formam o processo

administrativo, ou seja, essas habilidades são necessárias e fundamentais para o bom desempenho do administrador.

Em 1930 com o surgimento da teoria das relações humanas e segundo (CHIAVENATO, 2004, p. 102) “a Teoria das Relações Humanas nasceu da necessidade de corrigir a tendência a desumanização do trabalho com a aplicação de métodos científicos e precisos”; surge a Administração Humanística, o foco que antes era nas tarefas e na estrutura das organizações passa a ser nas pessoas. Essa teoria foi desenvolvida devido ao desenvolvimento das ciências sociais.

Em 1950 surge a Teoria Neoclássica no qual seus objetivos principais são os resultados, mostrar de fato quais são as funções de um administrador e quais são os princípios básicos de uma organização.

Ao analisar toda a evolução da administração podemos notar que a tendência é continuar evoluindo em prol das relações humanas. Uma organização formada por colaboradores motivados é de fato mais eficiente, eficaz e capaz de alcançar o sucesso empresarial de maneira dinâmica e produtiva. (CHIAVENATO, 2004).

2.2 ÉTICA E MORAL

A ética não é terreno exclusivo de filósofos e cientistas, mas de qualquer pessoa que reflita sobre questões morais.

“Não é a ética que cria normas de conduta, mas a vida em sociedade”. (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2012, P. 83).

Os dois termos estão relacionados a costumes, hábitos e condutas. Esses costumes é um conjunto de valores práticos do que é certo ou errado, sendo proibido ou permitido dentro de uma sociedade, os hábitos são mais práticos. Sendo que a conduta na ética diz respeito ao conjunto de valores morais (diferente de costumes) que conduzem os comportamentos no trabalho. A ética indica hábitos e costumes. Moral indica costumes, hábitos e modo de vida, embora suas origens tenham aspectos comuns, ao longo do tempo foram adquirindo significados específicos.

Como qualquer campo do conhecimento, a ética também tem suas subdivisões e ramos, segundo diferentes critérios. Diante de questões morais as pessoas se perguntam o que devem fazer, o que é certo ou qual a ação correta entre possíveis alternativas.

A ética normativa procura oferecer argumentos para responder questões como essas, e a aplicação de preceitos morais em termos práticos em áreas de atividades específicas é o que se denomina de ética ambiental, bioética e ética empresarial ou dos negócios.

As teorias éticas e normativas fornecem diretrizes ou princípios para ações e argumentos para justificá-las, argumentos esses que resultam de reflexões sobre a conduta moral.

Segundo Barbieri e Cajazeira (2012, p. 85) “Uma teoria normativa provê orientações para as ações, decisões e julgamentos na esfera moral”.

2.2 ÉTICA EMPRESARIAL

A Ética Empresarial, está voltada para dar respostas aos problemas de natureza moral no âmbito das empresas. Concentra sua atenção em normas morais que se relacionam com as políticas, instituições e comportamentos das empresas e aos que trabalham para ela.

Segundo Velasquez (*apud* BARBIERI; CAJAZEIRA, 2012, p.93), “essa ética trata de assuntos muito variados e tais assuntos podem ser classificados como, sistêmicos, empresariais e individuais. Os assuntos sistêmicos são os que surgem a respeito dos sistemas econômicos, políticos, jurídicos e outros nos quais os negócios atuam. São questionamentos sobre a moralidade do capitalismo, das leis que afetam as empresas, da estrutura industrial e das práticas sociais dentro das quais os negócios operam”.

Enquanto os assuntos sistêmicos valem para todas as empresas de um modo geral ou de um dado país ou região, os assuntos empresariais envolvem questões éticas a respeito de empresas específicas. São os assuntos morais relacionados com a política e as práticas de uma empresa em particular. Os assuntos individuais são os que surgem a respeito de pessoas dentro da empresa,

envolvendo questões morais relativas as suas decisões e ações, bem como de seu caráter.

Velasquez mostra que há dois posicionamentos extremos ao tratar deste assunto, um ponto de vista que consideram as empresas moralmente responsáveis pelo que fazem e dizem, considerando-as morais ou imorais, bem como as pessoas físicas, o outro ponto de vista sustenta o contrário, onde as empresas não são moralmente responsáveis e não possuem obrigações morais e sim responsabilidades legais, para Velasquez são posicionamentos contraditórios, onde nenhum poderia estar correto, pois esses posicionamentos são relacionáveis e tratáveis aos indivíduos humanos, porém com base nas atividades das empresas, em que são efetuadas por ações de pessoas, as suas responsabilidades morais estarão ligadas aos indivíduos humanos, mostrando se a atuação da empresa será boa ou não conforme as decisões que as pessoas tomarem em seu nome.

Porém, continua o autor, é perfeitamente válido afirmar que as empresas possuem obrigações morais e são responsáveis moralmente pelos seus atos em sentido secundário. Isto é, as obrigações morais da empresa em relação aos seus atos devem-se ao fato de que alguém, em seu nome, tem obrigações morais com relação a esses atos; ela é moralmente responsável por um ato se algum de seus membros é moralmente responsável por ele e suas consequências, o que vale dizer, que esse alguém tem conhecimento dos fatos e das alternativas de ação e atua com liberdade dentro das suas atribuições. (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2012, p. 95)

Reconhecer tal fato não significa negar que as pessoas sejam influenciadas pela estrutura, política, cultura, crenças e normas de atuação das empresas e é por isso que elas são obrigadas a reparar quaisquer danos causados aos seus colaboradores e terceiros, mas isso, não desobriga estas pessoas, quando são portadoras de conhecimento e têm liberdade para agir, a produzirem tais danos para as empresas.

2.2.1. ÉTICA DA RESPONSABILIDADE

Responsabilidade é um termo com vinculações profundas com a moral e a ética.

Segundo Max Weber (*apud* BARBIERI; CAJAZEIRA, 2012, p. 120), “referindo-se à relação entre política e ética, estabelece duas orientações baseadas em máximas completamente diferentes e irredutivelmente opostas: a *ética da convicção* e a *ética da responsabilidade*”.

A ética da convicção está no cumprimento de um dever independentemente das consequências e a ética da responsabilidade relata que devemos responder pelas consequências previsíveis de nossos atos, embora o estudo esteja se referindo aos políticos e ao exercício da política pública é possível classificar quaisquer posturas ética tradicionalmente classificadas.

Convicção pode ser entendida como opiniões firmes que uma pessoa tem sobre qualquer coisa, amparada em argumentos bem elaborados ou em provas robustas. Os processos de convencimento nem sempre têm bases racionais.

Ética da Responsabilidade, em que o foco está em responder pelas consequências previsíveis dos atos, existe a ligação sobre as teorias teleológicas e consequencialistas, em que praticamente todas as doutrinas éticas, a responsabilidade refere-se ao presente ou ao futuro próximo, sempre dentro de uma perspectiva da essência humana.

Segundo Hans Jonas (*apud* BARBIERI; CAJAZEIRA, 2012, p.122), “as doutrinas éticas, em geral, se preocuparam com a relação direta entre os humanos diante de condições que permanecem essencialmente constantes ao longo do tempo. Ou seja, o universo moral é constituído pelos contemporâneos e o horizonte futuro é limitado à previsível duração da vida humana”.

O contínuo acúmulo de conhecimentos tecnológicos ampliou o poder dos humanos, o que os torna agentes morais coletivos, onde suas ações se estendem a um futuro indefinido. Sua proposta ética está relacionada às ações presentes, considerando os avanços da ciência e tecnologia, para que sempre haja, no futuro, um mundo habitável e que ele seja povoado por uma humanidade digna desse nome.

É necessário, maximizar o conhecimento sobre as consequências das ações humanas em relação aos aspectos que podem ameaçar o destino da humanidade no futuro e elaborar um novo saber sobre o que não deve ser, o que se pode admitir e o que se deve evitar. Essa é uma recomendação desse grande filósofo para uma ética cara ao futuro.

O princípio da responsabilidade de Hans Jonas é compatível com diversas teorias éticas ambientalistas, como na ética da terra proposta por Aldo Leopold (1887-1948), que tem base o seguinte princípio: uma coisa é certa quando tende preservar a integridade, estabilidade e beleza da comunicação biótica e correta. Ambos os princípios são coerentes com os conceitos e objetivos do desenvolvimento sustentável.

O princípio da precaução foi adotado em outros acordos importantes como a Convenção da Mudança Climática e a Convenção da Biodiversidade. No Brasil, ele está presente em diversos textos legais, como na Lei 9.605 de 1998, que tipifica os crimes ambientais e na legislação sobre biossegurança.

Para alcançar a sustentabilidade econômica, as empresas precisam inovar constantemente, caso contrário ficarão obsoletas e serão expelidas do mercado. Esse é um aspecto que as empresas não podem deixar de considerar, mesmo quando adotarem conceitos alinhados com o desenvolvimento sustentável.

Segundo Hans Jonas (*apud* BARBIERI; CAJAZEIRA, 2012, p. 124) “as decisões sobre as inovações de produtos, processos ou negócios que envolvam novidades científicas e tecnológicas significativas devem ser avaliadas segundo o princípio da responsabilidade para verificar se elas não colocam em perigo as condições de continuidade indefinida da humanidade na Terra”.

O princípio da responsabilidade, tem olhos voltados preferencialmente para as questões ambientais, que é uma das dimensões da sustentabilidade do desenvolvimento.

2.3. CULTURA E RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO TERCEIRO MILENIO

Um terceiro componente importante para entender a responsabilidade social corporativa é a cultura.

Segundo Ashley (2005, p.8) “Há sempre um contexto que influencia as organizações, tornando a administração culturalmente condicionada e sujeita a valores, princípios e tradições”.

Quando dizemos que a responsabilidade social das empresas tem sua interpretação condicionada pela cultura empresarial e nacional, estamos falando de cultura tal como é entendida pelos Antropólogos, ou seja, um sistema específico de valores e de visões de mundo em cujo contexto se dão as ações e práticas de determinada sociedade. (ASHLEY, 2005).

“Valores culturais são significados e regras de interpretação da realidade”. (ASHLEY, 2005, p.8).

Logísticas e valores culturais, em resumo, são aqueles que, seja de forma consciente ou não, imprimem sentido às práticas, aos pensamentos e aos comportamentos das pessoas. Em outras palavras a cultura. (ASHLEY,2005).

Toda sociedade funciona de acordo com os princípios, valores e tradições culturais específicos, que determina os pensamentos e comportamentos de indivíduos, grupos e instituições, entre quais se incluem, necessariamente, as organizações e o mundo dos negócios em geral.

Além de princípios éticos e valores morais, temos também princípios e valores culturais influenciando os modos de ação e práticas administrativas e, portanto, o modo como a responsabilidade social corporativa é concebida e implementada em determinada sociedade.

Segundo Ashley (2005, p.9) “A maior preocupação com a inserção das organizações na sociedade e no ambiente cultural específicos está relacionada a outro fator importante, que vem sendo cada vez mais abordada quando se pensa em responsabilidade social corporativa”.

Simultaneamente à crescente globalização do mundo e da economia, ajuda a produzir uma nova concepção cultural do papel das organizações e suas responsabilidades sociais na sociedade do terceiro milênio, vemos que as próprias organizações, o empresariado e os estudiosos da administração e de princípios de gestão vêm atribuindo um crescente valor ao conceito de cultura. (ASHLEY, 2005).

O conceito de cultura organizacional leva a pensar nos valores subjacentes às práticas de gestão e as atividades de uma organização, em uma ênfase, mostra que qualquer atividade de uma empresa acontece a partir do contexto cultural. Ao mesmo tempo em que se valoriza a dimensão cultural do mundo, da vida em sociedade e das próprias organizações, também se ressalta mais alguns valores culturais específicos, como a responsabilidade e moralidade.

“Responsabilidade e moralidade são noções especialmente importantes para o conceito de responsabilidade social corporativa”. (ASHLEY, 2005, p.9)

2.4. RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

2.4.1. O surgimento e a evolução da responsabilidade social

O surgimento da responsabilidade social empresarial é dividido em duas fases, a introdução do conceito nos meios acadêmicos e empresarial e sua evolução a partir da década de 70. As organizações quebram o padrão de que o fator principal de uma empresa é gerar lucros e passam a pensar em questões e ações sociais responsáveis.

Em 1970 o grande foco das organizações eram beneficiar seus acionistas, esse padrão veio à tona em 1919 quando as questões éticas e responsáveis de um fato no qual aconteceu nos Estados Unidos veio a público, Henry Ford priorizou as questões sociais e ao invés de distribuir os lucros entre os acionistas, reverteu e investiu na produção, no aumento de salários dos operários e no fundo de reserva devido a situações econômica da época.

A empresa socialmente responsável é aquela que responde às expectativas de seus acionistas, chegamos à conclusão de que a empresa socialmente responsável é aquela que está atenta para lidar com as expectativas de seus stakeholders atuais e futuros, na visão mais radical de sociedade sustentável. (ASHLEY et al. 2005, pag.42)

Os modelos de responsabilidade, responsividade, e retitude social corporativa, conhecidas como as RSC1, RSC2, RSC3 E RSC4 são embasadas em fundamentos responsáveis, éticos e morais de forma com que as empresas compreendam e façam sua contribuição social de maneira responsável, promovendo efeitos positivos em relação a todos seus clientes internos, externos e a sociedade em geral.

- RSC1: Responsabilidade social corporativa;
- RSC2: Responsividade social corporativa;

- RSC3: Retitude social corporativa;
- RSC4: Cosmos, ciência e religião;

2.4.2. Responsabilidade social empresarial no Brasil

Foi no século XX que o poder social das empresas e a constituição de uma sociedade de negócios, afirmaram estabelecer uma globalização. E indicaram que o fenômeno não seria possível, sem a formação de oligopólios dos diversos setores econômico sem ideologia que afrouxasse as barreiras políticas, judiciais e culturais ao MercadoLivre, em geral, implica na redução dos investimentos em políticas sociais e ambientais, no final do século XX, a ideologia neoliberal estava tendo ameaças e riscos que estremecia maior parte das sociedades gerando desigualdade, corrupção, diminuição na perspectiva de vida social de jovens e adultos e o desemprego crônico, passaram a ser conectada em que a autoridade empresarial era incontestada.

O laço de compromisso entre sociedade e empresa encontrava-se estremecido entre 1930 e1960. Sampson afirma que no final da década em 1980 as empresas tinham problemas de responsabilidade que havia no início. Assim a responsabilidade social inicia as diversas iniciativas relativas, com a necessidade de um novo espírito capitalista, para despertar um compromisso que não seja apenas material para manter seu poder. O grande teste do discurso e da prática e provar que eles representam uma resposta seria as ameaças. Todas essas mudanças ainda não produzirão resultados palpáveis capazes de combater a consistência crise social e ambiental no Brasil.

No Brasil as primeiras excursões retomam por volta de 1970 com o objetivo inicial de promover o debate sobre o balanço social. Nessa perspectiva, as empresas iniciam um processo de envolvimento com questões que precisam ser analisadas com cautela e vigor. O raciocínio deve ser bem claro, uma vez que a responsabilidade social é uma prática que atesta o comprometimento da empresa com seu público e com a sociedade, ultrapassando a ideia que ela só existe em função de seu caráter econômico. O que se espera de uma empresa é que tenha uma política institucional forte, dinâmica e empreendedora para um processo natural

esteja fluindo com a responsabilidade individual de cada cidadão, assim o entendimento da questão e o nível de comprometimento é primordial para a sua prática. É necessário que as estratégias de responsabilidade social empresarial sejam desenvolvidas de acordo com a realidade brasileira.

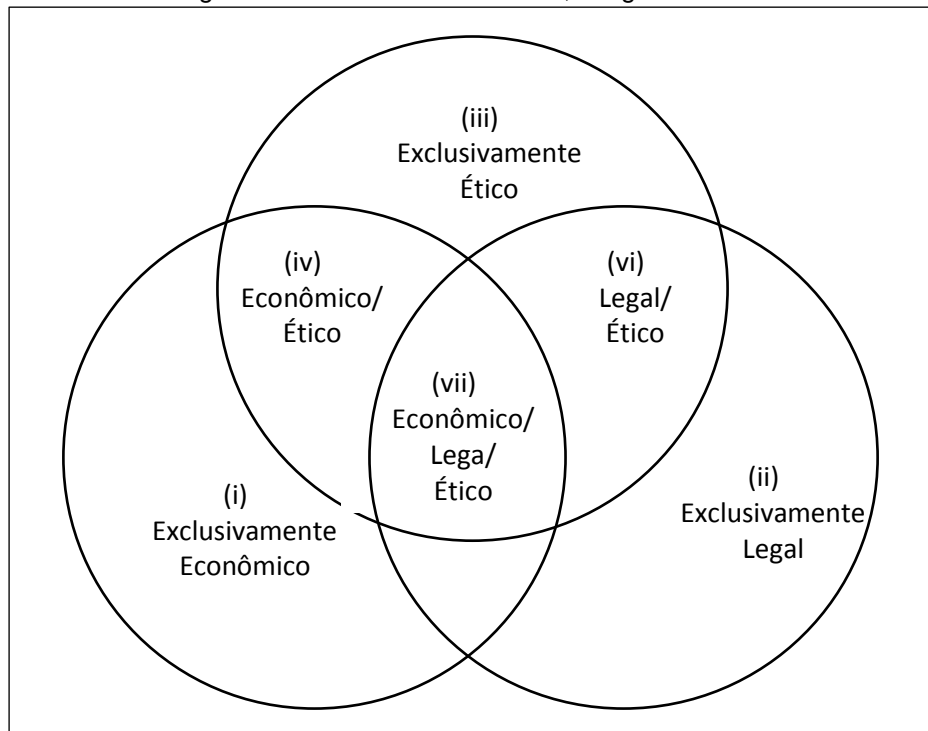
O principal motivo para uma empresa ser socialmente responsável é que isso proporcionar a ela a consciência de si mesma e suas intenções na sociedade, em um mundo que a realidade de mercado muda com frequência cada vez maior quanto final o compromisso social não pode ser considerado mera carta de instruções, as empresas devem ser lá seus valores morais do mesmo jeito que preza sua qualidade, sua marca e seus produtos.

Ética e responsabilidade social são temas ascendentes no Brasil, o surgimento de entidade mostra sua revolução, muitas empresários brasileiros já perceberam que contribui para o bem-estar dos funcionários, da comunidade que atua e promover práticas cover nacional mais é um divisor de água entre os que se omitem e os que atuam positivamente em seu meio respeitando e valorizando os diversos públicos que fazem parte dele. Para ilustrar um exemplo de discurso empresarial em relação à responsabilidade social elaborado pela Johnson e Johnson “O Credo” ele resume perfeitamente abordagem ampla da responsabilidade social da tem peso ele abrange desde acionistas, passando pelo chefes, fornecedores, distribuidores, empregados e suas famílias, comunidade locais e mundiais e meio ambiente. O conceito atinge a ética social e e nos negócios. Em síntese, no Brasil e no mundo cresce a preocupação com a responsabilidade social empresarial, tanto em trabalhos acadêmicos quanto ao dia a dia das organizações.

2.4.3. Os modelos de responsabilidade social

Segundo Barbieri e Cajazeira (2013, p. 56) “Os três campos ou domínios da responsabilidade social empresarial foi usado em novo modelo em forma de círculos: O domínio econômico, o legal e o ético”. Como mostra a figura 01:

Figura 01: O domínio econômico, o legal e o ético



Fonte: **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática.**

O campo econômico refere-se às atividades voltadas para produzir impactos econômicos positivos, diretos e indiretos. Atividades para incrementar as vendas ou evitar litígios são exemplos de impactos econômicos diretos; ações para melhorar a imagem da empresa ou elevar a motivação dos empregados são exemplos de impactos indiretos.

O campo da responsabilidade legal refere-se às respostas dadas pela empresa com relação às normas e princípios legais. O domínio ético refere-se às responsabilidades da empresa diante das expectativas da população em geral e dos stakeholders. (BARBIERI, CAJAZEIRA, 2013).

São os padrões e as normas sociais aceitas como necessárias para o funcionamento das empresas pelas indústrias onde elas atuam, pelas associações profissionais e pela sociedade, incluindo acionistas, clientes, empregados competidores e outros stakeholders. (BARBIERI, CAJAZEIRA, 2013, p. 58).

Esse modelo de responsabilidade social empresarial apresenta limitações como reconhecem os seus autores.

Segundo Barbieri e Cajazeira (2013, p. 59) “As limitações apontadas pelos autores são, por assim dizer, amigáveis e com o tempo certamente serão separadas ou minimizadas enquanto outras irão aparecer”.

Para a norma brasileira NBR 16001:2004, a responsabilidade social é “a relação ética e transparente da organização com todas as suas partes interessadas, visando o desenvolvimento sustentável. (BARBIERI, CAJAZEIRA, 2013).

2.4.4. A Norma ISO 26000

A norma ISO 26000 fornece diretrizes, fundamentos básicos para que cada país possa aderir de acordo com sua cultura local a responsabilidade social relacionada ao desenvolvimento sustentável. Essa norma foi elaborada por um representante da ABNT e de um país em desenvolvimento. Diferente das demais normas, a ISO 26000 tem suas próprias particularidades, além de seus próprios fundamentos, ela facilita a tomada de decisões em prol do desenvolvimento sustentável.

Devido a grandes proliferações de normas relacionadas ao mesmo assunto e a grande demanda mundial sobre a responsabilidade social, é aprovado pelo conselho da ISO em 2001 a possibilidade de criar uma norma internacional voltada ao tema. Em 2004, um grupo de pesquisas conhecido como SAG (Strategy Advisory Group) após diversas reuniões e estudos aprovou e recomendou que a ISO desse andamento ao desenvolvimento da norma. Em junho de 2004, em Estocolmo foi realizada uma conferência internacional administrada pela ISO onde representantes de 66 países, sendo 33 países em alto desenvolvimento, e demais partes interessadas como os sindicatos, grupos de pesquisas, acadêmicos entre outros, reuniram-se para discutir e chegarem em um consenso em relação a responsabilidade social.

Após a conferência é confirmado a real necessidade de desenvolver uma norma na qual os fundamentos são relacionados a responsabilidade social, cuja o documento deve ser de fácil entendimento a fim de alcançar todos os países e partes interessadas ao tema.

A ISO reconheceu a complexidade do tema e a necessidade de reforçar as declarações da ONU, da OIT e de outras iniciativas voluntárias existentes nesse campo, (...) Ressaltou, entre outros assuntos, a necessidade da intensa participação internacional de diversas partes interessadas e, especialmente, de esforços para facilitar a participação de especialistas de países em

desenvolvimento, ONGs, consumidores e demais grupos com recursos limitados. E reconheceu que os trabalhos deveriam ser liderados por uma parceria entre um país desenvolvido e um país em desenvolvimento. (BARBIERI et al. CAJAZEIRA, 2012, P. 207).

Em 2005 após uma eleição o Brasil e a Suécia são os responsáveis por secretariar o grupo (ISO/TBM WG SR) em relação a criação da norma internacional. O representante principal do grupo, ou seja, o presidente é um brasileiro de um país não desenvolvido no qual foi indicado pela ABNT. Uma reunião realizada em Salvador, Bahia formou os grupos responsáveis por etapas específicas da criação da norma, em seguida, em 2010 foi definido o real significado de responsabilidade social da norma. A norma ISO 26000 é lançada em dezembro de 2010 e de imediato 36 países aderiram como norma nacional.

Responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, por meio de um comportamento ético e transparente que contribua para o desenvolvimento sustentável, inclusive para a saúde e o bem-estar da sociedade; leve em consideração as expectativas das partes interessadas; esteja em conformidade com a legislação aplicável e seja consistente com as normas internacionais de comportamento; e esteja integrada em toda a organização e seja praticada em suas relações. (BARBIERI et al. CAJAZEIRA, 2012, P. 208)

A norma foi criada com o intuito de fornecer orientações sobre os princípios e as práticas da responsabilidade social. Dessa forma ela não contém requisitos a serem seguidos e é conhecida como “norma guia”. Ressaltando que uma “norma guia” pode ser usada em sistemas gerenciais no qual existe em diversas organizações. “A norma ISO 26000 fornece orientações aplicáveis a qualquer organização, independentemente de sua natureza jurídica, tamanho, setor de atividade ou localização.” É aplicável tanto para empresas que estão aderindo à gestão de processos da responsabilidade social quanto as que já estão engajadas com essa realidade.

Os princípios da norma são:

- **Accountability**, ou seja, as organizações devem se responsabilizar por todos os impactos que causam na sociedade e no meio ambiente.
- **Transparência** diz respeito às organizações serem transparentes em relação as decisões tomadas e atividades realizadas mediante os impactos que podem gerar na sociedade e ao meio ambiente.

- **Comportamento ético** diz respeito às organizações se comportarem em fundamentos e valores da honestidade, equidade, integridade e valores que se preocupam com pessoas, animais e meio ambiente.
- **Respeito pelos interesses das partes interessadas**, ou seja, cabe as organizações o respeito, a consideração e que responda aos interesses tanto de suas partes quanto das partes interessadas.
- **Respeito pelo estado de direito**, ou seja, cabe as organizações entender e aceitar que o respeito pelo estado de direito é obrigatório. O estado de direito diz respeito que nenhuma ação ou decisão deve ser tomada se for ir contra as leis. Por isso cabe às organizações estar a par de todas as leis e respeitá-las.
- **Respeito pelas normas internacionais de comportamento** diz respeito às organizações agirem mediante as normas internacionais de comportamento e não ir contra as leis.
- **Respeito pelos direitos humanos** está relacionado ao respeito que cabem as organizações aderirem em relação aos direitos humanos e de fato, reconhecer tamanha importância.

Convém que a organização respeite e, sempre que possível, promova os direitos humanos previstos na Carta Internacional dos Direitos Humanos; respeite a universalidade desses direitos, ou seja, reconheça que são aplicáveis em todos os países, culturas e situações de forma unívoca, e tome medidas para respeitar esses direitos em situações nas quais eles não são respeitados e evite tirar vantagens dessas situações. (BARBIERI et al. CAJAZEIRA, 2012, P. 216).

Em situações na qual a legislação não assegura a proteção aos direitos humanos, é adequado e importante que as organizações sigam os princípios de respeito as normas internacionais de comportamento. As principais práticas da norma na qual convém as organizações se basear são o reconhecimento da responsabilidade social e o engajamento de suas partes interessadas. Reconhecer que a responsabilidade social nada mais é do que uma prática contínua, onde é importante verificar quais os impactos que certas decisões e atividades podem gerar para sociedade e optar por agir com ética, moral e respeito ao meio ambiente, aos animais e as pessoas.

2.4.5. Considerações Finais da Norma ISO 26000

A quantidade de pessoas e organizações envolvidas na busca de meios para que as empresas se tornem socialmente responsáveis conforme a perspectiva do desenvolvimento sustentável permite afirmar que não se trata de uma onda passageira, mais um modismo que sempre acontece no campo da administração. A escalada dos problemas socioambientais na era da informação alimenta os movimentos pelo desenvolvimento sustentável e pela responsabilidade social das empresas, ambos de caráter global e que crescem a cada dia. Assim, pode-se afirmar que a responsabilidade social segundo essa perspectiva não é um capítulo a mais a ser adicionado ao vasto campo da administração, algo que se acrescenta aos seus temas típicos, mas que não provoca alterações significativas no seu modo peculiar de tratá-los. As propostas desses movimentos estão provocando mudanças profundas em todas as áreas e subáreas da administração, e novas práticas administrativas e operacionais estão sendo concebidas para serem implantadas em todos os níveis da organização. Uma ideia vencedora que conta com a adesão de inúmeras entidades nacionais e internacionais de renome, algumas das quais foram citadas neste livro. A empresa sustentável é a que persegue contínua e sistematicamente a obtenção de desempenhos elevados em termos econômicos, sociais e ambientais, que são as três dimensões da sustentabilidade do desenvolvimento pertinentes às empresas.

Desempenho elevado significa a obtenção de resultado positivo líquido em cada uma dessas três dimensões enquanto objetivo permanente da empresa e que requer a combinação de esforços em todas as suas áreas de atuação. Há outros entendimentos a respeito da responsabilidade social empresarial, como o que se baseia na leitura restrita e exclusiva da teoria do acionista. Mesmo a teoria do acionista, via de regra atacada pelos que defendem a responsabilidade ampliada ou vinculada aos objetivos do desenvolvimento sustentável, continua dando contribuições valiosas para o debate e tem propiciado a produção de instrumentos gerenciais úteis em áreas específicas, como é caso da governança corporativa. Para implementar uma política de responsabilidade social coerente com o movimento do desenvolvimento sustentável, a empresa pode valer-se de conceitos, modelos, princípios e instrumentos de gestão como os que foram apresentados neste livro e

que estão longe de esgotar o imenso repertório criado para essa finalidade. Muitos deles não são novos e na sua origem não contemplavam essa perspectiva, mas foram redirecionados para incluir as preocupações com o desenvolvimento sustentável, como é o caso do modelo de excelência empresarial do Prêmio Nacional da Qualidade.

Documentos, diretrizes, metas e programas de ação comentados neste livro trazem princípios orientadores para a formulação das políticas e estratégias da gestão da responsabilidade social da empresa, princípios que em sua essência procuram tornar os instrumentos normativos apresentados, incluindo os padrões para comunicação e relato, oferecem meios para operacionalizar as práticas efetivas da organização, considerando-se suas especificidades. Esse fato, ao mesmo tempo que cria dificuldades para as escolhas que devem ser feitas no âmbito de uma empresa em particular, revela a importância crescente dos temas tratados neste livro e o enorme contingente de pessoas dedicadas a buscar soluções. Com tamanha diversidade de questões a serem consideradas, bem como de documentos sobre diretrizes e propósitos relacionados, é previsível que os administradores fiquem inseguros sobre como devem atuar e realizar escolhas convergentes com os objetivos estratégicos da empresa.

São comuns as dúvidas sobre quais princípios diretivos usar na missão ou na visão de futuro da empresa ou na formulação da política de responsabilidade social que faça sentido para os objetivos estratégicos da mesma. Uma vez solucionada essa fase, o problema ainda continua, pois os conceitos constantes nessas diretrizes não são diretamente aplicáveis ao cotidiano empresarial, o que provoca o aparecimento de novas dúvidas quanto à escolha dos instrumentos de gestão apropriados para a consecução da política de responsabilidade adotada.

Um importante instrumento veio ao encontro das organizações que buscam atuar com responsabilidade social alinhada ao desenvolvimento sustentável: a norma ISO 26000, lançada no final de 2010. Tanto pelo conteúdo dessa norma quanto pelo modo como foi elaborada e aprovada, ela constitui um marco fundamental da convergência entre os movimentos do desenvolvimento sustentável e da responsabilidade social. Sua elaboração foi feita com a participação de um número expressivo de pessoas e instituições de todos os continentes, incluindo as entidades das Nações Unidas envolvidas em questões de responsabilidade social. Não há receitas prontas, pois as práticas de responsabilidade social só fazem

sentido se forem adequadas às características da empresa, como o seu porte, seu entorno, suas partes interessadas e a legislação aplicável, entre tantos outros fatores. A gravidade desses problemas, como a exclusão social mundial e a degradação ambiental que colocam em risco as condições de vida no planeta, não permite esperar por condições ideais ou por pressões externas para só então começar a se mover.

2.5. BALANÇO SOCIAL

Pode ser entendido como uma evolução dos relatórios contábeis, por ter nascido em virtude de uma demanda da sociedade, em relação às prestações de contas das organizações, como uma exigência a transparência à sociedade de suas atividades, de suas relações sociais e do reflexo social de suas variações patrimoniais.

É possível observar que o Balanço Social vem a atender, em complementação às demonstrações econômicas e financeiras oriundas das prestações de contas tradicionais, as necessidades informacionais dos diversos stakeholders envolvidos com as organizações. A sociedade passa por diversas transformações em virtude do processo de globalização, em função dos ambientes de democracia instalados nas últimas décadas e há uma expressiva conscientização da sociedade com relação aos seus direitos, portanto houve uma elevação das exigências de qualidade e eficiência dos serviços e produtos ofertados, sejam eles produzidos pela iniciativa privada ou pelo poder público. Nas empresas privadas há uma necessidade de cada vez mais se adequarem às exigências da sociedade para a sua própria sobrevivência, agregando novas obrigações empresariais, compromissos sociais, éticos e ambientais.

Durante anos se considerou que os índices financeiros fossem suficientes para medir o grau de saúde de uma empresa e que não deveriam invadir campos que eram de responsabilidade de outros segmentos da sociedade, no entanto, cada vez mais os empresários entendem que a empresa não só produz ou transforma produtos e os colocam no mercado, elas são bem mais que isso, devem utilizar seus recursos humanos, materiais, não somente para fins de lucro, mas

também para fins sociais, como relação com o meio ambiente, relação ética e justa com seus trabalhadores e a busca contínua pela qualidade de seus produtos.

Os relatórios contábeis, da forma como são elaborados, não atendem às necessidades do público leigo, ou seja, dos não contadores, acarretando dificuldades para avaliação do desempenho das instituições, isso ocorre pela falta de entendimento desses relatórios que, ao invés de ampliarem conhecimentos, oferecem empecilhos à sociedade para avaliação das ações que estão a serviço da população.

Segundo Albuquerque (2009, p. 156)

Com compreensão semelhante, o Ibase (2007) expõe a seguinte definição:

O Balanço Social é um demonstrativo publicado anualmente pela empresa, reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, os benefícios e as ações sociais dirigidos aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. É também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

De acordo com esse conceito, pode-se entender que o Balanço Social é um forte instrumento para que a sociedade possa avaliar o desempenho das instituições, inclusive as públicas, além de ser um importante instrumento gerencial, possibilitando identificar os problemas, enfrentar os pontos fracos e definir as ações a serem seguidas pela instituição, na medida em que fornece informações úteis para tomadas de decisões.

O Balanço Social não deve ser utilizado como meio para dar publicidade à boa atuação da empresa nos aspectos sociais, pois para a empresa que queira elaborar o seu Balanço, deve-se utilizar a princípio como um instrumento interno, pois os primeiros resultados podem não ser favoráveis e aos que fazem parte da empresa, se torna como um aprendizado e já para aqueles que não fazem parte, os resultados podem “manchar” a imagem da organização. O fato de adotá-lo demonstra a constante intenção da instituição em aprimorar e atualizar suas ações, onde contribui para elevação de sua credibilidade interna e externa.

O Balanço Social não deve ser percebido como um painel fechado em si mesmo, mas como um instrumento que pode desencadear um processo de gestão, em que realiza uma avaliação gerencial do custo/benefício das ações

governamentais, comparando entre gasto governamental e benefícios oferecidos aos servidores e público alvo das ações.

2.5.1 Levantamento histórico do balanço social

Nos EUA anos 60, a partir do repúdio à Guerra do Vietnã, a população começou a boicotar produtos fabricados por empresas que apoiavam o conflito, exigindo que as mesmas passassem a prestar contas de suas ações sociais através de relatórios. Com a divulgação desses relatórios, surgiu o que hoje conhecemos como Balanço Social. (ALBUQUERQUE, 2009, p. 158)

No Brasil, década de 1960, a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), elabora a Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas, em que é considerada um marco histórico na questão da Responsabilidade Social nas empresas no Brasil. O primeiro modelo de Balanço Social no Brasil tinha o intuito de aferir o nível de desenvolvimento das ações sociais voltadas para os funcionários e para repercussão de suas ações. Eram considerados os programas de assistência médica, de alimentação, de capacitação, além da rotatividade de pessoal e dos índices de absenteísmo

O primeiro país a aprovar uma lei que tornou obrigatória a realização de Balanços Sociais periódicos para as empresas com mais de 750 colaboradores, foi a França, logo após foi estendido as empresas com mais de 300 colaboradores e por força de lei ou não, outros países também aderiram à publicação do Balanço Social das empresas.

Mais recentemente, existe uma preocupação por parte das empresas, principalmente dos EUA, em observar os impactos do grande desenvolvimento industrial, em relação ao meio ambiente e possíveis danos que possam ser provocados, como contaminação do ar, da água e esgotamentos dos recursos naturais.

Segundo Albuquerque (2009) no Brasil, cabe ainda ressaltar que o primeiro tipo de relatório social foi o RAIS (Relatório Anual de Informações Sociais), criado pelo Decreto-lei nº 76.900, de 23 de dezembro de 1975. Destinado ao Ministério do Trabalho, o RAIS elabora e divulga informações referentes a nome de

empregados, à Classificação Brasileira de Ocupação (CBO), ao grau de instrução dos empregados, ao tipo de vínculo empregatício, além de outras informações sociais legais, atinentes aos trabalhadores tanto de empresas privadas como de empresas públicas.

Embora possa ser considerado como uma espécie de primeiro Balanço Social, o RAIS constitui-se de informações sociais para órgãos governamentais, não sendo utilizado pelos empregados ou mesmo pelos sindicatos.

2.5.2 Legislação sobre balanço social no Brasil

Conforme determina a Resolução do Conselho Federal de Contabilidade (CFC), nº 1.003/2004, toda empresa privada tem obrigação de publicar seu Balanço Social, em que, aprova as Informações de Natureza Social e Ambiental, que tem por objetivo evidenciar à sociedade a participação e a Responsabilidade Social da entidade.

No âmbito público federal, tramita Projeto de Lei (PL). de nº 32/99, de autoria do deputado Paulo Rocha, que institui a obrigatoriedade de publicação de BS para as entidades públicas de modo geral e para as empresas com mais de 100 funcionários. Esse PL foi elaborado em substituição ao de nº 3.116, de autoria das então deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling. (ALBUQUERQUE, 2009, P. 168)

2.5.3 Obrigatoriedade

É de fato positivo para as empresas a publicação do BS, para que assumam uma postura socialmente responsável, porém existem estudos em que não há uma maneira de relacionar uma gestão socialmente responsável com o aumento da lucratividade, por tanto, por ser uma ação não obrigatória, só apresentarão seu BS aquelas empresas que têm algo que seja favorável a demonstrar e por conseguinte, poderá resultar em perda de informações relevantes à sociedade.

O Ibase sugere que as instituições públicas exijam das empresas a publicação de seus balanços sociais, como demonstrativo de responsabilidade social e ambiental, sendo assim, constituído como item obrigatório.

Segundo Albuquerque (2009) existem opiniões favoráveis à obrigatoriedade da publicação do BS somente para instituições públicas, como revela Young (1997) em artigo publicado na *Folha de S. Paulo*: “[...] quem deve ser obrigado inicialmente a publicar alguma coisa é o governo, detalhando a destinação dos bilhões de reais que obriga as empresas a recolherem diariamente em todo o país, para ações supostamente sociais.””

2.5.4 O modelo IBASE

“De acordo com o Ibase (2008), o seu modelo de Balanço Social passou, nos últimos dez anos, por duas revisões, sendo as alterações realizadas por dezenas de organizações sociais, sindicatos, consultores e empresas”. (ALBUQUERQUE, 2009, p. 170)

No quadro a seguir, pode-se observar a evolução do BS no modelo Ibase ao longo dos últimos dez anos.

Tabela 1. Fatos que marcaram a evolução do BS no modelo Ibase

Ano	Fato
1997	Lançamento da Campanha para publicação do BS.
1998	Lançamento do “Selo Balanço Social Ibase/Betinho.”
1999	Lançamento do site < www.balancosocial.org.br >
2000	Primeira revisão. O modelo traz mais subitens sobre os indicadores sociais internos e externos, separa os indicadores ambientais e reinsere as questões polêmicas nos indicadores do corpo funcional: nº de negros(as) que trabalham na empresa e percentual de cargos de chefia ocupados por negros(as). A revisão inclui ao modelo o item 6 – informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial.
2002	Segunda revisão. Em resposta às demandas de organizações parceiras, foram incluídos itens sobre: (1) estabelecimento de metas para redução de impactos ambientais; (2) nº de estagiários (as); (3) nº de reclamações de clientes e percentual solucionado; e (4) valor adicionado e sua distribuição. Ainda neste ano, houve o estabelecimento dos primeiros critérios para recebimento do “Selo Balanço Social Ibase/Betinho”.

2004	Criação do banco de dados no site < www.balanco_social.org.br >, disponibilizando todos os balanços sociais publicados para consulta.
2006	Pela primeira vez, as empresas solicitantes do selo são submetidas ao crivo da sociedade civil por meio de consulta pública.
2007	Houve o estabelecimento de cota mínima para pessoas com necessidades especiais. Motivo pelo qual observou-se a redução de números de selos conferidos.

Fonte: (Adaptado da Linha do Tempo elaborada pelo Ibase (2007)).

De acordo com os fatos acima citados, o Balanço Social do Ibase pode ser considerado um modelo já bastante utilizado pelas empresas, onde são estimuladas a conhecerem, sistematizarem e apresentarem à sociedade informações de cunho interno e assim externá-los em ações, iniciativas e projetos relacionados com o social e o ambiente, a fim de indicarem e registrarem a evolução de suas ações de responsabilidade social.

2.6. EFEITOS (BENEFÍCIOS) DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Espera-se que a aplicação das orientações da ISSO 6000 gera organização benefícios sociais, ambientais e econômicos, ao mesmo tempo em que contribua para o desenvolvimento sustentável. (BARBIERI, CAJAZEIRA, 2013, p.231).

Segundo Barbieri e Cajazeira (2013, p. 231) “O grau do benefício depende do nível de integração dos temas centrais à gestão da organização”.

Barbieri, Cajazeira, 2013, p.231:

Do estímulo a um processo decisório com condições fundamentadas e baseadas em uma melhor compreensão das expectativas da sociedade, das oportunidades associadas à responsabilidade social, inclusive de um melhor controle dos riscos legais e dos riscos de não ser socialmente sustentável.

2.6.1 efeitos nos stakeholders internos

“Propriedades/acionistas. Os dados relativos à lucratividade e ao valor da empresa são de fácil acesso e de significado universalmente compreendido. Uma

das empresas, por exemplo, investiu R\$ 15,3 milhões, em 1999, em ações sociais”. (ASHLEY, ET.AL, 2005, P.93).

“A empresa de comunicação doou, em 1999, 47,3 páginas de publicidades, a um valor equivalente a R\$ 966 mil, para 17 instituições sem fins lucrativos”. (ASHLEY, et.al, 2005, p.93).

Segundo Ashley, et.al (2005, p. 94) “Essas informações sobre valores despedidos pelas empresas com a comunidade carecem de padronização, o que dificulta sua comparação”.

2.6.2. Efeitos nos Stakeholders

Clientes/Consumidores. A busca pela melhoria permanente da qualidade dos serviços prestados pela empresa de saneamento é um exemplo da aplicação do código de ética em produtos e serviços, uma que as redes de água e esgotos se relacionam diretamente com a saúde da população. (ASHLEY, ET.AL, 2005).

Um dado importante na avaliação da responsabilidade da empresa com seus clientes e consumidores talvez possa ser a qualidade dos serviços de atendimento e a existência de ouvidorias. (ASHLEY, et.al, 2005, P.94).

Segundo Ashley, et.al (2005, p.95) “Outro parâmetro pode ser a existência, na empresa, de um processo de educação do consumidor”.

Segundo Ashley, et.al (2005, p.95):

Os valores de doação para programas comunitários apresentam-se agregados a outros tipos de doação. Todas as empresas têm programas de envolvimento direto com a comunidade, em uma forma de atuação que vem se identificando no Brasil recentemente é o apoio ao trabalho voluntário dos funcionários. Outros mecanismos de ação de ação comunitária são iniciativas institucionais e as parcerias com ONGs. O envolvimento direto com a comunidade mostrou ser a forma mais intensa de atuação social das empresas pesquisadas neste trabalho, o que confirma os resultados de uma pesquisa conduzida na Região Sudeste do Brasil, em que 76% das empresas da amostra realizaram ações sociais que beneficiam a comunidade.

O maior fornecedor de papel para a empresa de comunicação é uma organização que produz a partir de reflorestamento. A empresa do setor automotivo faz um trabalho de desenvolvimento de fornecedores, com o estabelecimento de estreitas relações de longo prazo. Isso parece indicar a aplicação dos valores éticos aos fornecedores. No entanto nenhuma empresa informou sobre a aplicação do código de ética pelos fornecedores, assim como sobre litígios e controvérsias públicas com eles.

2.6.3. EFEITOS INSTITUCIONAIS EXTERNOS

“A instituição financeira é ligada a um centro de estudos na área de ensino que está intimamente relacionado à elaboração de políticas para a educação”. (ASHLEY, ET.AL, 2005, p.95).

Segundo Ashley (2005, p.96):

A empresa de comunicação tem grande influência política em virtude da importância de suas publicações e do tipo de informação que dissemina. Todas as empresas deste estudo são bastante influentes nas áreas em que atuam, o que as instrumentaliza para interferir em esferas mais amplas da vida sócia.

3. METODOLOGIA

O presente artigo, no qual o tema abordado foi Responsabilidade Social Empresarial, visando encontrar fundamentos teóricos do surgimento da responsabilidade social e como as empresas podem se adequar e optar por ações sociais visando se destacar em meio as demais organizações. Foi composto por uma pesquisa bibliográfica realizadas em livros que abordam o tema, nas bibliotecas das instituições: Etec Professor Armando José Farinazzo e Universidades Brasil - Campus Fernandópolis, também uma pesquisa qualitativa em duas empresas, onde a empresa A é física e a empresa B é online. Foi utilizado nomes fictícios visando preservar a imagem das empresas pesquisadas. No presente artigo encontram-se citações de autores importantes que contribuíram para a formação de um trabalho completo, viável e satisfatório, tanto para o grupo, quanto para quem vai lê-lo no intuito de receber auxílio para suas possíveis dificuldades relacionado ao tema.

4. DESENVOLVIMENTO

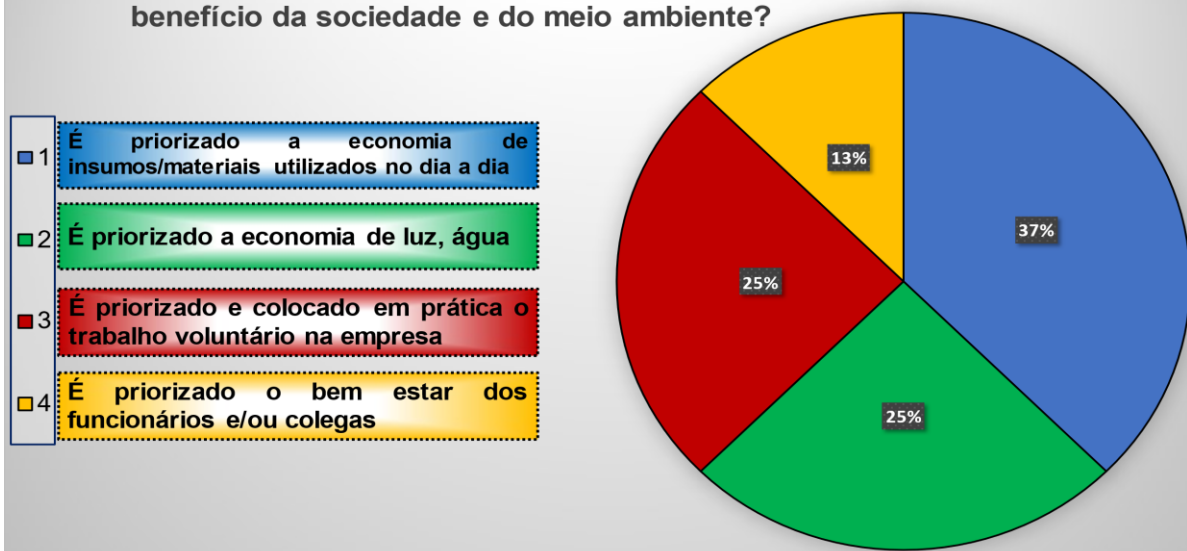
Pesquisa qualitativa em duas empresas, onde a empresa A é física e a empresa B é online. Foi utilizado nomes fictícios visando preservar a imagem das empresas pesquisadas.

RESULTADO GRÁFICO EMPRESA “A”



Gráfico 1 - Qual a colaboração da empresa para a Responsabilidade Social

1. Na sua empresa o que é feito na colaboração da Responsabilidade Social para adotar medidas que visam o benefício da sociedade e do meio ambiente?



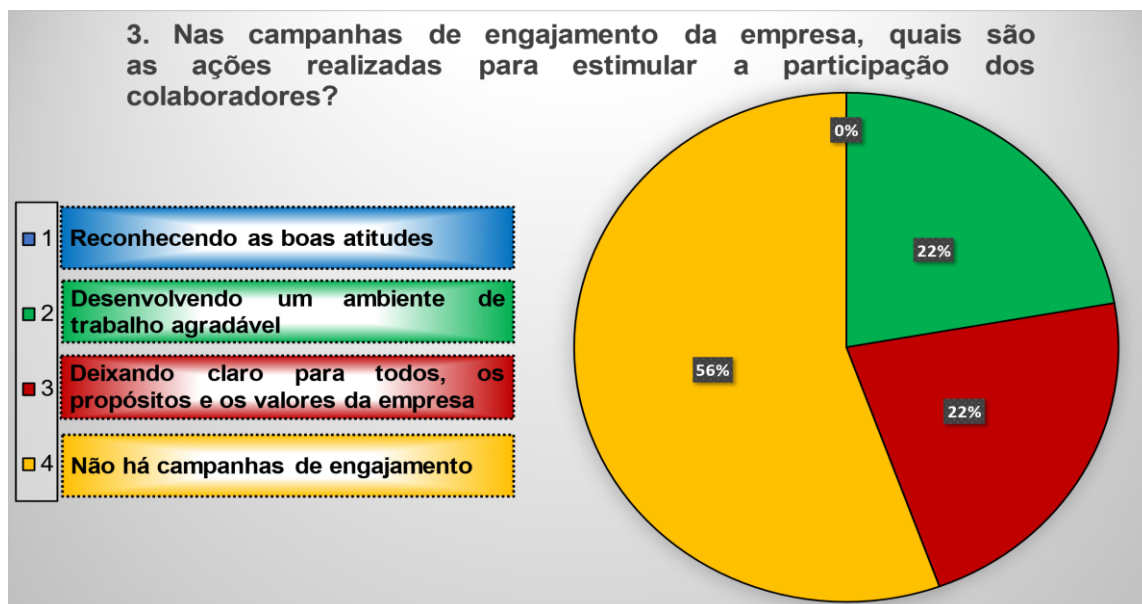
Fonte: (Do próprio autor, 2022).

Gráfico 2 – O que é feito no quesito inclusão social, mesmo a empresa sendo vinculada a lucros



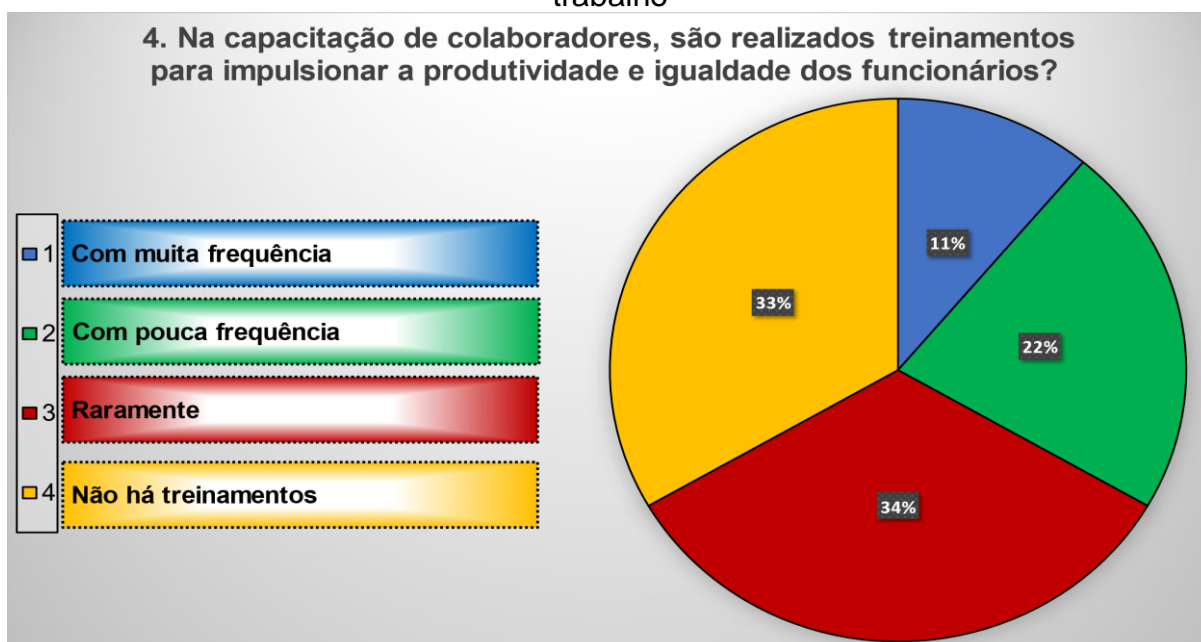
Fonte: (Do próprio autor, 2022).

Gráfico 3 – Quais são as ações de engajamento para estimular a participação dos colaboradores



Fonte: (Do próprio autor, 2022).

Gráfico 4 – São realizadas capacitações para colaboradores, para se inteirarem no trabalho



Fonte: (Do próprio autor, 2022).

Tabela 5 – O que a empresa faz para o desenvolvimento sustentável continuar nas gerações futuras

5. Pensando nas gerações futuras, o que sua empresa faz ou deveria fazer para que o desenvolvimento sustentável continue sendo realizado?

ID	Nome	Respostas
1	Anônimos	No momento . Nada .
2	Anônimos	Deveriam fazer investimentos e divulgações em geral
3	Anônimos	Deveriam fazer investimentos e engajamento em seus projetos
4	Anônimos	Deveriam ter engajamento e investimento para os colaboradores no setor e na infraestrutura em geral
5	Anônimos	Deveriam otimizar a resposta ao cliente, para que assim cada colaborador se sinta respaldado pela integridade da empresa. Outra situação é a valorização do profissional que realmente veste a camisa da empresa.

Fonte: (Do próprio autor, 2022).

Tabela 6 - O que a empresa faz para o desenvolvimento sustentável continuar nas gerações futuras

5. Pensando nas gerações futuras, o que sua empresa faz ou deveria fazer para que o desenvolvimento sustentável continue sendo realizado?

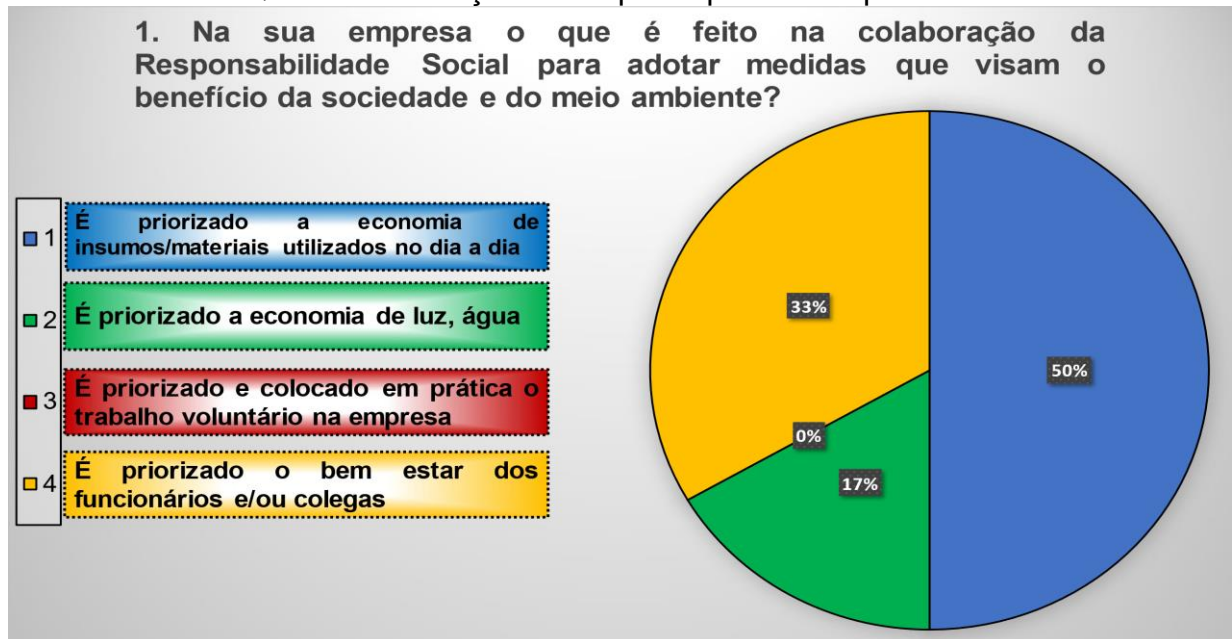
ID	Nome	Respostas
6	Anônimos	Deveriam desenvolver ações de conscientização e colocar essas ações em prática dentro da empresa e sociedade.
7	Anônimos	A empresa tem a preocupação em utilizar a água com reaproveitamento para as plantações. Porém, deveriam fazer investimentos na área do desenvolvimento sustentável.
8	Anônimos	Inserir novos processos e procedimentos de trabalhos virtuais.
9	Anônimos	Deveriam trabalhar na conscientização dos funcionários.

Fonte: (Do próprio autor, 2022).

RESULTADO GRÁFICO EMPRESA “B”



Gráfico 1 - Qual a colaboração da empresa para a Responsabilidade Social



Fonte: (Do próprio autor, 2022).

Gráfico 2 – O que é feito no quesito inclusão social, mesmo a empresa sendo vinculada a lucros



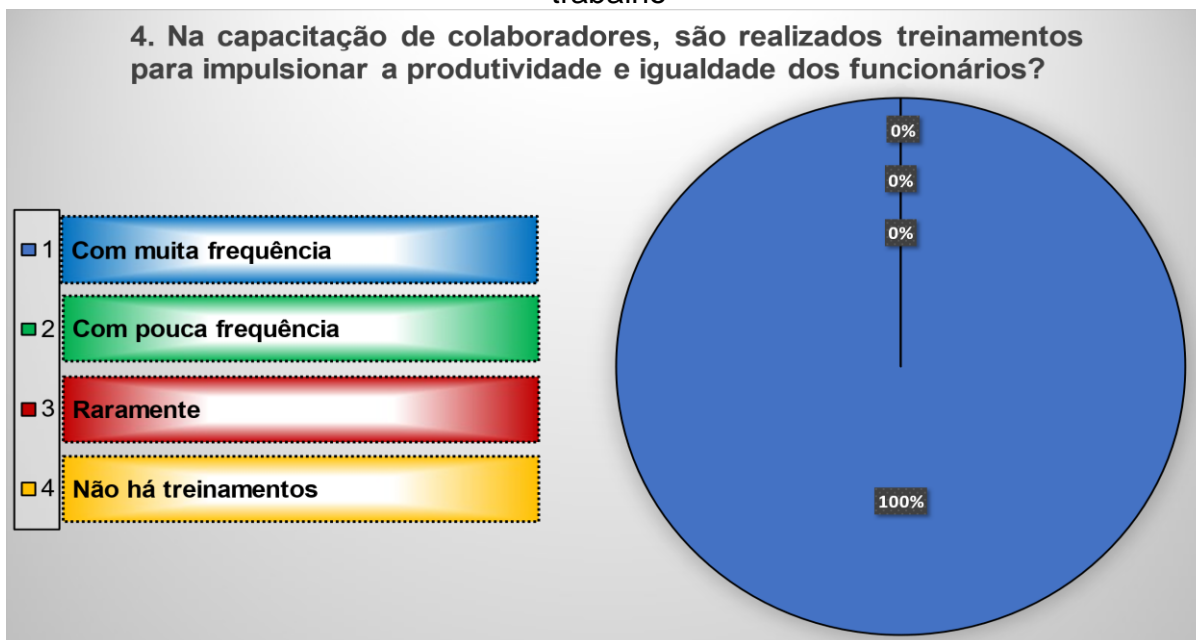
Fonte: (Do próprio autor, 2022).

Gráfico 3 – Quais são as ações de engajamento para estimular a participação dos colaboradores



Fonte: (Do próprio autor, 2022).

Gráfico 4 – São realizadas capacitações para colaboradores, para se inteirarem no trabalho



Fonte: (Do próprio autor, 2022).

Tabela 5 – O que a empresa faz para o desenvolvimento sustentável continuar nas gerações futuras

5. Pensando nas <u>gerações futuras</u> , o que sua empresa faz ou deveria fazer para que o desenvolvimento sustentável continue sendo realizado?		
ID	Nome	Respostas
1	Anônimos	Pregamos o consumo consciente, onde temos peças com maior qualidade, durabilidade e atemporais. Isso diminui o grande descarte de roupas e consequentemente diminui o impacto ambiental na produção das peças.
2	Anônimos	Prezamos pelo consumo consciente, pois ele afeta no descarte de roupas e, consequentemente, no impacto ao meio ambiente. O slow-fashion ou moda atemporal é o propósito da nossa empresa que, ao aumentar a qualidade dos produtos e sua durabilidade, estimula o consumo pensado e de acordo com a necessidade do consumidor e não o desenfreado, apenas feito para seguir tendências passageiras.
3	Anônimos	Trabalhamos com consumo consciente, diminuindo o descarte de peças e produtos e o impacto ambiental na produção, já que menos peças serão fabricadas

Fonte: (Do próprio autor, 2022).

Conclusão Da Pesquisa

Ao final desta pesquisa qualitativa, realizada através de questionário online, foi observado alguns métodos de desenvolvimento, sobre a Responsabilidade da Empresa, diante da sociedade (pessoas, meio ambiente, entre outros).

Tendo em vista o exposto, compreende-se que a empresa física “A” e a empresa online “B” priorizam a economia de matéria-prima; valorizam a inclusão social, onde qualquer pessoa pode adquirir seus produtos; porém a empresa física “A” não faz investimentos em campanhas de engajamento, não faz treinamentos frequentes com seus colaboradores e ainda “engatinha” no quesito desenvolvimento sustentável futuro. Por se tratar de uma empresa com anos de trabalhos prestados, talvez seja um dos motivos de ainda não ter se adequadado ao desenvolvimento e preocupação globalizada, pois já está predefinida a técnica de organização do trabalho.

Sobre a empresa online “B” desenvolvem um bom contato com seus colaboradores, reconhecendo seus valores, capacitando-os e esclarecendo os

objetivos desejados da empresa, por ser inaugurada a menos de 1 ano, seu foco principal está relacionado a sustentabilidade e ao consumo consciente, pois dessa forma conquistam mais clientes e sua marca sobressai perante as outras.

Diante dos fatos observados, empresas já conhecidas e reconhecidas, demoram um pouco mais a aceitar a mudança do mundo atual, diante da sustentabilidade e da responsabilidade que não só a sociedade física tem, mas também a sociedade jurídica, onde todos temos o dever de nos adequarmos e evoluirmos com o mundo. Já empresas pouco conhecidas e principalmente online, precisam se consolidar diante do mercado e conquistarem a diferença de ser uma empresa informada e preocupada com as pessoas, o meio ambiente, entre outros, pois assim conquistam a confiança de muitos e se tornam uma empresa globalizada.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Objetivo deste trabalho de conclusão de curso foi realizar um estudo e pesquisa sobre o desenvolvimento da importância da responsabilidade social nas empresas. Diante das observações e entrevistas realizadas, foi possível analisar o diferencial nas empresas, buscando competitividade no incentivo e sendo cobrada também pela sociedade. Ainda são poucos os trabalhos que exemplifiquem claramente como se dá na atuação profissional dentro da Responsabilidade Social Empresarial.

No término desta pesquisa, tivemos a percepção de que as empresas priorizam a Responsabilidade Social Empresarial investindo e incrementando políticas da mesma para adotar medidas e visar benefícios tanto para a empresa, quanto para a sociedade, além de se destacar como empresa sustentável preocupada com o bem estar da sociedade.

Ratificando o que foi levantado como hipótese no início da pesquisa, concluímos que mesmo as empresas tendo essa visão do comprometimento, as mesmas devem aprender e evoluir muito diante do assunto estudado, pois a sociedade também tem o comprometimento de não desprezar a natureza, assim como os animais e bem estar de todos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, J. L. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social: Conceitos, Ferramentas e Aplicações**. 1. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2009. 326 p.

ALMEIDA, F. **Empresa e responsabilidade social**. Gazeta Mercantil, São Paulo, 18 ago. 1999. Seção Opinião, p. A-1.

ASHLEY, P.A. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005. 300 p.

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. 254

CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral da Administração: Uma Visão Abrangente da Moderna Administração das Organizações**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2004. 650 p.

GONÇALVES, E. L. **Balço social da empresa na América Latina**. 1. ed. São Paulo: Pioneira, 1980. p.

MATIAS, A. J. **A responsabilidade das empresas**. Gazeta Mercantil, São Paulo, 30 set. 1999. Seção opinião, p. A-2.

NASH, L. L. **Ética nas empresas: Boas Intenções à parte**. 1. ed. São Paulo: Makron Books, 1993, 264 p.

Texto do Credo da Johnson & Johnson atualizado segundo a versão em Português disponível em http://www.jnjbrasil.com.br/noticia_full.asp?noticia=156&item=5.

VENTURA, E. C. E. **Responsabilidade social das empresas sob a óptica do “novo espírito do capitalismo”** in ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO.

VILLELA, M. **Respeito e responsabilidade social**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 16 jun. 1999. Caderno tendências e debates, p. 1-3.