

---

# A RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO AGENTE TRANSFORMADOR DA SOCIEDADE

Edna Souza dos Santos

DOI: 10.25768/fal.bocc.2019.003

**RESUMO:** A globalização tem promovido constantemente mudanças que afetam todos os setores da sociedade. A todo o momento se faz necessária uma série de adaptações de métodos e conceitos que venham a facilitar o gerenciamento de negócios e diversas condições que influenciam nas relações que acontecem na coletividade. Nesse contexto, a Responsabilidade Social se faz fortemente presente nas mudanças que acontecem no âmbito corporativo e seus reflexos junto à comunidade. O presente trabalho busca demonstrar a importância e os impactos das ações de Responsabilidade Social nas empresas, onde se exige o desenvolvimento de estratégias empresariais, em que ao mesmo tempo que sejam competitivas, mostrem resultados positivos em campanhas que visem o bem-estar social.

**PALAVRAS-CHAVE:** responsabilidade social; globalização; bem-estar social.

---

## Índice

Introdução . . . . .	1
1 Responsabilidade social empresarial: definições e conceitos . . . . .	2
2 Responsabilidade social empresarial: impactos . . . . .	3
3 Responsabilidade social empresarial: ética e valores . . . . .	4
Considerações finais . . . . .	5
Referências . . . . .	5

## Introdução

A Responsabilidade Social é um tema que assume cada vez mais relevância nas organizações e empresas, reflexo de novas demandas da sociedade contemporânea que estão diretamente ligadas à qualidade de vida das pessoas nas áreas ambiental, econômica e social. A necessidade de equilíbrio desta tríade, força os cidadãos – que

também são consumidores, a exigirem mudanças na postura das organizações, onde o foco não deve ser apenas a comercialização de bens e serviços.

As empresas precisaram se adaptar ao perfil de um mercado que busca o desenvolvimento social, baseado na sustentabilidade e preservação do meio ambiente, atentando para incorporar em suas atividades, a integração de todos os públicos com que se relaciona, como é o caso de funcionários, fornecedores, acionistas, consumidores e comunidades, adotando responsabilidades sociais que tenham a ética e bem-estar social como princípio básico.

Neste cenário, Responsabilidade Social torna-se um conceito que necessita de constante aprimoramento para a organização que deseja se tornar competitiva e se diferenciar no mercado. Assim, a prática da RSE, pede a definição de metas objetivas, baseadas em pesquisas que busquem desenvolver ações e tecnologias, que atendam às necessidades específicas de cada grupo envolvido com a organização.

O conteúdo deste artigo está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e do(s) seu(s) autor(es). O artigo, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es).

© 2019, Edna Souza dos Santos.

© 2019, Universidade da Beira Interior.

Trabalho de conclusão de curso em Pós-Graduação *Lato Sensu* de Assessoria e Gestão da Comunicação. Faculdade Cidade Verde – FCV, Instituto Brasileiro de Formação – IBF. Orientador: Prof. Especialista Adival José Reinert Junior.

As empresas precisam se tornar parte de ativas dos desafios que eles têm como parte da sociedade, por seu próprio interesse ter um ambiente mais estável e próspero, cuja a atuação deve priorizar desenvolvimento sustentável, isto é, um equilíbrio entre crescimento econômico, bem-estar social e o uso de recursos naturais e do meio ambiente. Esse equilíbrio é vital para o funcionamento dos negócios.

Portanto, a abordagem do presente artigo visa tratar a importância das ações de Responsabilidade Social, e seus impactos no desenvolvimento da sociedade, buscando explorar seus conceitos, funcionalidades, vantagens.

Desta forma, entende-se que o empresariado é peça-chave para construção de um meio-ambiente melhor, baseado na prática da economia sustentável, com bem-estar ambiental, social e econômico, ao mesmo tempo em que possibilita às empresas a contribuir com melhorias na vida de toda a sociedade ao mesmo tempo em que fortalece sua marca.

## 1 Responsabilidade social empresarial: definições e conceitos

Ainda que a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) seja inerente às organizações empresariais, tornou-se modelo como uma nova forma de gestão de negócios, onde a empresa preza para que suas ações sejam economicamente sustentáveis, com atenção às questões sociais e ambientais, reconhecendo os interesses dos diferentes grupos com os quais se relaciona, buscando a preservação e a sustentabilidade do meio ambiente. É uma visão de negócios que integra o respeito pelas pessoas, os valores éticos, a comunidade e o meio ambiente com a gestão da empresa, independentemente dos produtos ou serviços oferece, do setor a que pertence, do seu tamanho ou nacionalidade.

Em janeiro de 1999, o Secretário-Geral das Nações Unidas propôs pela primeira vez a ideia de um Pacto Global no Fórum Econômico e Mundial de Davos, com o objetivo de promover a “adoção de princípios e valores comuns que dão um rosto humano para o mercado mundial”, promovendo a construção dos pilares sociais e ambientais necessários para manter a nova economia global. Embora o Pacto Global, composto uma breve declaração, não menciona explicitamente a definição o conceito de RSE, o texto segue-se que estes princípios são parte da responsabilidade da empresa.

Desde então, o conceito de Responsabilidade Social, se desenvolveu dentro do objetivo de melhorar a contribuição das empresas para o desen-

volvimento sustentável, buscando assegurar a coerência entre objetivos sociais, econômicos e ambientais.

Segundo Barbosa e Rabaça (2001 apud Tenório, 2006, p.25, a Responsabilidade Social Empresarial (RSE),

Nasce de um compromisso da organização com a sociedade, em que sua participação vai mais além do que apenas gerar empregos, impostos e lucros. O equilíbrio da empresa dentro do ecossistema social depende basicamente de uma atuação responsável e ética em todas as frentes, em harmonia com o equilíbrio ecológico, com o crescimento econômico e com o desenvolvimento social.

Ou seja, dentro de uma perspectiva que não se limita somente a satisfazer o consumidor, mas quem se importa com o bem-estar da comunidade com a qual ele está envolvido.

Para Almeida, apud Melo Neto e Froes (1999, p. 88), a definição de Responsabilidade Social Corporativa, é:

O comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando, simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.

A Comissão Europeia (2002), considera que uma empresa é socialmente responsável quando “integrar as preocupações sociais e ambientais nas suas operações e na sua interação com os seus grupos ou partes interessadas numa base voluntária”. Desta forma, a Comissão Europeia incentiva as empresas a aumentar progressivamente a sua estrutura organizacional no sentido de facilitar a construção e manutenção da competitividade empresarial, a coesão social e respeito ao meio ambiente; em suma, as empresas que complementam as tarefas tradicionalmente atribuídas ao estado no oferecimento e manutenção de ações que promovam o bem-estar social. A RSE não se concentra nos bens e serviços que a empresa fornece ao mercado. A RSC concentra-se em como ela é gerenciada para a produção e fornecimento desses bens e serviços.

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) criado em 1998, auxilia empresas a gerir seus negócios de forma social-

mente responsável. Segundo o Instituto, responsabilidade social é “a capacidade desenvolvida pela organização de ouvir, compreender e satisfazer expectativas e interesses legítimos de seus diversos públicos.”

Ferreira (1999) define RSE como:

Situação de um agente consciente com relação aos fatos que ele pratica voluntariamente e, social como o que interessa a sociedade. O conceito dessas duas palavras juntas é traduzido no mercado social como uma ação que venha causar transformação na sociedade. O conceito e a prática da responsabilidade social empresarial têm apresentado ações mais voltadas para o público interno da organização, os funcionários.

Desta forma, o investimento social é encarado como uma ação que gera benefícios para a comunidade através de instituições governamentais em conjunto com a sociedade civil.

Dentro deste cenário, segundo o instituto Ethos, fica clara a diferença do conceito de investimento social privado corporativo em relação ao conceito da responsabilidade social empresarial. O conceito de investimento social elege como público alvo de suas ações a sociedade; em relação às empresas privadas, este público na maioria das vezes diz respeito à comunidade vizinha da empresa.

## 2 Responsabilidade social empresarial: impactos

Para identificar os impactos das ações de Responsabilidade Social Empresarial (SER), se faz necessário, compreender que os impactos estão diretamente associados ao resultado esperado de ações particulares, no entanto, existe diferenças de resultados. Para melhor distingui-los, será necessário o uso da Estrutura Conceitual de Indicadores no Ambiente da Gestão Baseada em Resultado no Serviço Público (GBRSP), onde *output* são definidos como o conjunto de bens e serviços produzidos pela entidade ou produzidos por terceiros, ou seja, é o resultado decorrente da ação, e *outcome* são considerados como as consequências ou impactos para a sociedade, que resulta dos outputs, é o resultado transformador, que vem a avaliar o grau de contribuição da ação para a sociedade.

São várias as ferramentas que ajudam a definir o grau de transformação das ações de Responsabilidade Social Empresarial. Relatórios e pesquisas

de responsabilidade corporativa criam condições de gerenciamento das relações com a sociedade, as análises sistemáticas permitem avaliar as mudanças significativas na vida das pessoas, muitas vezes definindo as estratégias das próximas ações de RSE e possibilitando a comparação do desempenho com outras empresas, essas ferramentas permitem fazer avaliações e aprender sobre os impactos.

Para que se possa identificar o impacto da responsabilidade social corporativa é importante definir sistemas de avaliação adequada dos riscos sociais e ambientais, identificando modelos de eficiência e como as empresas devem gerenciar suas estratégias, com foco na sustentabilidade, vislumbrando vantagens competitivas, as melhores práticas e abordagens para o conhecimento da sociedade.

Ter uma visão ampla a importância do impacto ambiental no gerenciamento dos recursos naturais e resíduos para reciclagem, por exemplo, contribui para identificar os níveis de performance ambiental das empresas, permitindo um monitoramento mais preciso, a melhoria da sua produtividade e eficiência operacional, essa estratégia tem sido largamente utilizada para prevenir danos à marca e/ou promover uma imagem positiva da marca e da empresa que atua dentro de um ambiente de responsabilidade social corporativa, ampliando relações com a comunidade, buscando definir códigos de conduta e buscando o bem-estar social.

Sobre as vantagens ou benefícios do RSE, de acordo com a proposta de González e García (2006), a Responsabilidade Social oferece uma ferramenta útil para tomada de decisão, identificação de conflitos e redução dos custos de coordenação interna e externa; Determina os diferentes interesses e valores em jogo, a fim de favorecer o diálogo entre os diferentes grupos como um procedimento válido para a resolução de conflitos; Fornece um elemento-chave para a reputação e boa imagem da empresa em frente aos múltiplos grupos de interesse; Promove a diferenciação da empresa no mercado, o Estado e sociedade civil; Incentiva a inovação e criatividade da empresa, bem como a sua competitividade, desde que desta forma de gerir um maior conhecimento dos grupos de interesse e seus desejos, suas necessidades e suas novas ideias.

Diferentes autores tentaram estudar os benefícios que as iniciativas de RSE gerado para empresas. Para Keinert (2008) a Responsabilidade Social Empresarial é encarada como um recurso para o desenvolvimento de vantagens competitivas. As

empresas podem se diferenciar através de sua reputação e imagem corporativa alcançada através da responsabilidade social, o que acabaria por ter um impacto positivo no desempenho financeiro da empresa.

Um exemplo de como a RSE impacta na reputação da marca é aquela apresentada por Bear et al. (2010) demonstrando que a diversidade de gênero, mediada pelo desempenho social, teria impacto na reputação da marca. Por outro lado, em termos de redução de custos, isso pode ser produzido por iniciativas ambientais ou pelo estabelecimento de tecnologias da informação (Keinert, 2008). De acordo com Keinert (2008) além vantagem competitiva, é possível dizer que a responsabilidade social corporativa, permite agregar valor aos produtos e serviços. Assim, as políticas de RSE influenciariam na intenção de compra, havendo maior disposição para pagar e comprar produtos de empresas socialmente responsáveis (David et al. al 2005; Mohr & Webb 2005; Dodd, 2010). Contudo, argumenta-se que essa relação não é direta porque pode ser mediada por outros fatores como a natureza da atividade de RSE. Juntamente com a vantagem competitiva e a geração de valor agregado, há evidências que mostram que a RSE também proporciona benefícios organizacionais, principalmente de compromisso com a empresa. A prática de RSE geraria uma imagem que permitiria a atração do capital humano, isto é, a responsabilidade social corporativa de uma empresa, seria um elemento importante nas preferências das pessoas que procuram trabalho. Além disso, o compromisso ou motivação de pertencer à empresa também ocorreria nos próprios empregados.

Finalmente, um importante objeto de debate, recaí sob o real desempenho das práticas de RSE, com toda a sua logística e especificidade, sob o desempenho das empresas, no entanto, tudo indica que estas práticas desempenham um resultado positivo, tanto financeiramente quanto socialmente.

### **3 Responsabilidade social empresarial: ética e valores**

No âmbito empresarial, quando se fala de ética, fala-se do uso racional na tomada de decisões, é ter a sabedoria para trabalhar com liberdade e responsabilidade, assegurando um valor moral nos atos, que devem ser o resultado de uma livre escolha. O gestor será sempre o responsável tanto pela decisão tomada quanto pelas consequências, deve estar consciente que cada decisão transforma o presente,

o futuro e até o modo de entender e interpretar o passado.

Aplicar normas e valores morais, de honestidade, justiça, transparência e respeito às atividades e objetivos da empresa, tem sido uma tendência mundial das últimas duas décadas. A política de negócios, filosofia, valores e princípios que regem a organização, são a base dos atos que levam a empresa agir de determinada maneira na tomada de decisões.

Embora as empresas tenham uma extensa lista de valores, elas devem garantir dois valores básicos: prudência e justiça. A prudência no exercício da autoridade, dos gerentes da organização, manifesta-se na justiça. Nos tempos antigos, o sábio era precisamente aquele homem prudente, capaz de assumir todos os momentos da vida, todas as circunstâncias sem extremos, com moderação, valorizando tanto os sucessos como os fracassos. Uma pessoa sábia sabe como dar o valor correto às coisas e situações; e por esse mesmo modo de assumir a vida, suas decisões o levam a agir com justiça. Justiça é uma virtude que pertence à cidade, à sociedade, é o fundamento do diálogo e o caminho para as boas relações.

A empresa é e deve ser uma atividade humana com um propósito social que se baseia justamente em relacionamentos, participação, presença e atividade de diferentes interlocutores, desta forma, cada uma das pessoas da empresa não só cumpre com obrigações, mas é responsável pelo progresso da mesma. Essa responsabilidade compartilhada significa que a autonomia e a confiança no outro são fortalecidas dia a dia na organização.

O Instituto ETHOS, em seu relatório “Indicadores de Responsabilidade Social-2000” define o código de ética como instrumento para a execução da missão e visão, que orienta as ações e explica a posição social para todos aqueles que têm qualquer tipo de relacionamento com a empresa.

As implicações morais das empresas cobrem a produção, distribuição e até a comercialização do produto ou serviço. Assuntos como propaganda enganosa, comida produtos geneticamente modificados, produtos perigosos ou violação de direitos humanos e atrocidades ambientais podem significar um alto preço a credibilidade de uma empresa. Independentemente do tamanho ou setor, muitas empresas pagam um alto custo devido a escândalos corporativos, além da perda de credibilidade e enfraquecimento da marca, perdas e desvalorização de ações, pela utilização de práticas corruptas, imorais e ilegais.

Para reflexão, em uma pesquisa realizada pela

revista Fortune em 2008, entre 500 empresas do setor fabricação e 500 no setor de serviços, indicou que 91% tinham um código de eticamente manifesto, 49% tinham treinamento ético para todos os funcionários e 87%. A pesquisa pontou a mudança no comportamento do público, muito mais atento ao comportamento ético corporativo do que no passado.

Visto isto, a tendência contemporânea é de que os organismos internacionais e grupos multisetoriais promovam o desenvolvimento de normas, códigos de conduta, diretrizes, e outros instrumentos para facilitar a colocação na prática de ações de responsabilidade social na gestão pública e privada, buscando adequação ao novo público.

### Considerações finais

O propósito desta pesquisa, foi abordar a Responsabilidade Social Empresarial como Agente Transformador da Sociedade, analisando o uso e os impactos das ações de RSE. Foram abordados desafios e alternativas na tentativa de levar à reflexão sobre a importância da implementação de ações de RSE que atendam aos dilemas empresariais e sociais, uma vez que o maior desafio é promover a interação com a sociedade, aliada a iniciativas com temáticas como globalização, e crescimento sustentável do mundo nas esferas econômica, social e ambiental.

Sob o levantamento de métodos e estratégias para analisar os impactos das ações de RSE na sociedade, pode-se identificar algumas ferramentas que auxiliam em um levantamento analítico, como o uso da Estrutura Conceitual de Indicadores no Ambiente da Gestão Baseada em Resultado no Serviço Público (GBRSP), os conceitos de *output* e *outcome*. Porém, como foi alertado, é preciso levar em consideração uma variável sob a ótica da limitação de informação, para que os níveis de performance ambiental das empresas não sejam comprometidos com a ausência de indicadores nos relatórios de sustentabilidade que avaliam este componente, estes são o foco mais importante para a gestão ética das organizações e seus trabalhadores, clientes, comunidade e o meio ambiente.

Assim, este artigo define que a RSE tem um olhar atento para a organização e seu ambiente, visando o crescimento sustentável. A empresa deve se esforçar para ser competitiva sob a égide de um quadro ético que evita e corrige a inflexão de dano ou desconforto ao seu ambiente e que, ao mesmo tempo, em cada uma das áreas da organização, possam ser realizadas ações específicas que

auumentem a qualidade de vida e a conservação do meio ambiente de seu ecossistema.

Estimular a geração de riqueza em todos os setores da sociedade, depende da transformação de estruturas produtivas, educacionais e de gestão pública e privada. Uma cultura de trabalho renovada promove o desenvolvimento produtivo, cria novas atitudes e costumes em relação ao trabalho e gera habilidades empresariais modernas; para fortalecer o crescimento econômico e a geração de emprego, fortalecendo a produtividade e a fabricação de produtos de maior valor agregado que respondam às necessidades do consumidor. Neste sentido, a formação e qualificação de trabalhadores e empreendedores assume um importante papel de contribuir para desenvolvimento industrial. Parcerias entre setor privado e governos, promovem a qualidade de vida dos empregados e população local, através da justiça social e o trabalho digno, em um ambiente de saudável e seguro, que assegure o cumprimento dos regulamentos ambientais, na construção de um mundo mais próspero e sustentável.

### Referências

- Comissão das Comunidades Europeias. (2002, julho 2). Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável. Bruxelas. Disponível em: [www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/empl/20021111/com\(2002\)347\\_PT.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/empl/20021111/com(2002)347_PT.pdf). Acesso em: 10 fev. 2019.
- Ferreira, J. (1999). *Ordem Social: fundamentos e democracia participativa*. São Paulo: LTR.
- Gama, C. (s.d.). Responsabilidade social: o impacto das empresas na sociedade. Disponível em [www.administradores.com.br/artigos/marketing/responsabilidade-social-o-impacto-das-empresas-na-sociedade/113327/](http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/responsabilidade-social-o-impacto-das-empresas-na-sociedade/113327/). Acesso em: 13 fev. 2019.
- GBRSP (s.d.) Estrutura conceitual de indicadores no ambiente da Gestão Baseada em Resultado no Serviço Público. Disponível em [www.ufs.br/pro-reitorias/proplan/wp-content/uploads/sites/344/2017/07/Estrutura-conceitual-de-indicadores-no-ambiente-da-Gesto-Baseada-em-Resultado-no-Servio-Pblico.pdf](http://www.ufs.br/pro-reitorias/proplan/wp-content/uploads/sites/344/2017/07/Estrutura-conceitual-de-indicadores-no-ambiente-da-Gesto-Baseada-em-Resultado-no-Servio-Pblico.pdf). Acesso em: 10 fev. 2019.
- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. (2003). *Responsabilidade Social Em-*

- presarial para Micro e Pequenas Empresas: passo a passo.* São Paulo: Ethos-Sebrae.
- Melo Neto, F. & Froes, C. (2001). *Gestão de Responsabilidade Social Corporativa: O caso Brasileiro.* Rio de Janeiro: Qualitymark, Ed.
- Melo Neto, F. & Froes, C. (1999). *Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor.* Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Tenório, F. (2006). *Responsabilidade social empresarial: teoria e prática.* Rio de Janeiro: FGV.