

# Responsabilidade Social nas Empresas

## 1 - Breve análise das práticas de Responsabilidade Social Empresarial e a concessão de incentivos governamentais em âmbito federal

Autores: Lourival José de Oliveira; Isadora Minotto Gomes Schwertner  
Publicado em 05/2007.

(Fonte: <http://jus.com.br/artigos/9864/breve-analise-das-praticas-de-responsabilidade-social-empresarial-e-a-concessao-de-incentivos-governamentais-em-ambito-federal#ixzz3czGtq5LA>, data de acesso 10/06/2015)

## 2 - Assistência Social e Proteção Social

Enviado por: Erinilza Ciciliati  
Arquivado no curso de Serviço Social na UNIGRAN

(Fonte: <http://www.ebah.com.br/content/ABAAABA2YAL/assistencia-social-protECAo-social>, data de acesso 10/06/2015)

## I - "Os 10 Mandamentos da Responsabilidade Social"

Por Stephen Kanitz

**1. Antes de implantar um projeto social pergunte para umas vinte entidades do Terceiro Setor para saber o que elas realmente precisam.**

A maioria das empresas começa seu projeto social procurando uma “boa idéia” internamente.

Contrariando os preceitos da administração que exige pesquisar primeiro o mercado antes de sair criando novos, na área social estes princípios são jogados fora.

A maioria dos projetos começa nos departamentos de marketing das empresas sem consultar as entidades que são do ramo.

O espírito do Terceiro Setor é “servir o outro”, e isto significa perguntar primeiro: “O que vocês precisam?”.

**2. O que as entidades precisam normalmente não é o que sua empresa faz, nem o que a sua empresa quer fazer.**

O conceito de “sinergia” é muito atraente e poderoso para a maioria dos executivos, mas lembra um pouco aquele escoteiro que atravessa um cego para o outro lado da rua sem perguntar se é isso que o cego queria.

Dar aula de inglês para moradores de favelas só porque você tem uma cadeia de escolas de inglês, não é resolver o problema do Terceiro Setor. Mas é o que uma escola de inglês tende a fazer.

Pode ser uma forma de resolver o seu problema na área social, com o menor esforço. Se toda empresa pensar assim, quem vai resolver o problema da prostituição infantil, abuso sexual, violência, dos órfãos? Ninguém.

Por isto, muitas entidades estão começando a ver este movimento de empresas “socialmente responsáveis” com maus olhos. “Onde estavam estas empresas nestes últimos 400 anos, quando fizemos tudo sozinhos?”, é a primeira pergunta que fazem.

“Por que muitas estão iniciando projetos iguais ao que fazemos, ao invés de nos ajudar?”

### **3. Toda empresa que assumir uma responsabilidade será mais dia menos dia responsabilizada.**

Da mesma forma que sua empresa será responsabilizada pelos péssimos produtos que venha a produzir, seu insucesso em reduzir a pobreza ou uma criança que for

maltratada no seu projeto social, também será responsabilidade da sua empresa.

E empresas que tem 10.000 funcionários, 12 dos quais no departamento de responsabilidade social irão fracassar no seu intento.

### **4. Assumir uma responsabilidade social é coisa séria. Creches não mandam embora órfãos porque a diretoria mudou de idéia.**

Muitas empresas “socialmente responsáveis” não estão assumindo responsabilidades sociais.

Nenhuma empresa está disposta a adotar um órfão, um compromisso de 18 anos. A maioria das empresas “socialmente responsável” está no máximo disposta a bancar um projeto por um único ano.

E não poderia ser o contrário. Empresas não podem assumir este tipo de responsabilidade, não foram constituídas para tal. As entidades foram constituídas para exatamente prestar serviços sociais, e é triste ver que estão perdendo espaço.

Se o projeto não ganhar um destes prêmios de Responsabilidade Social, troca-se de projeto. Hoje, a tendência das empresas é trocar de projeto a cada dois anos se ela não for premiada, por outro que tenha mais chance de vencer no ano seguinte.

### **5. Todo o dinheiro gasto em anúncios tipo “Minha Empresa É Mais Responsável do que o Concorrente”, poderia ser gasto duplicando as doações de sua empresa.**

Os líderes sociais do país, que cuidam de 28 milhões de pessoas carentes, não têm recursos para comprar anúncios caríssimos na imprensa.

Depois desta onda de responsabilidade social o “Share of Mind” do Terceiro Setor tem caído de 100% para 15%. Cinco anos atrás, o recall espontâneo de instituições responsáveis na mente do público em geral, eram a AACD, as APAES e a Abrinq.

Hoje, os nomes mais citados são de empresas que no fundo usaram o Terceiro Setor para ficarem conhecidas. Bom para as empresas e seus produtos, péssimo para a AACD e seus deficientes.

Lembre-se também, que todas as religiões sem exceção recomendam não alardear os atos de responsabilidade social, que deveriam ser discretos e anônimos. Quem alardear sua bondade sofrerá a ira do povo, uma sabedoria milenar em todas as crenças do mundo. Algo para se pensar.

**6. Entidades têm no social seu “core business”, dedicam 100% do seu tempo, 100% do seu orçamento para o social. Sua empresa pretende ter o mesmo nível de dedicação?**

Irmã Lina é a nossa Madre Tereza de Calcutá. Ela veio da Itália cuidar de 300 portadores de hanseníase confinados em Guarulhos, e sabia com certeza que iria morrer da doença, o que não a impediu de cumprir a sua missão.

Sua empresa estaria disposta a morrer pela sua causa social? A maioria das empresas ao primeiro sinal de recessão corta 30% da propaganda, 50% do treinamento e 90% dos projetos sociais. Justamente quando os problemas sociais tendem a aumentar.

As empresas brasileiras estão dedicando em média 1% do lucro ao social, o que corresponde a 0,1% das receitas. As entidades sociais dedicam 100% de suas receitas e 100% do seu tempo.

Se sua empresa socialmente responsável acredita que poderá competir com as “Irmãs Linas” do país, e que terá coragem de subir num palco e receber um Prêmio de Cidadania Corporativa é acreditar que nossos consumidores são um bando de idiotas.

Se você é um executivo de marketing, por acaso você esteve presente quando a Irmã Lina recebeu o seu Prêmio Bem Eficiente? Mas ela notou a sua ausência, e viu o anúncio de sua empresa dizendo como ela se preocupa com o social.

**7. O consumidor não é bobo.**

O consumidor sabe que o projeto social alardeado pela empresa está embutido no preço do produto. Ninguém dá nada de graça. Isto, todo consumidor sabe de cor. E quem disse que o consumidor comunga com a mesma causa que sua empresa apadrinhou?

Sua empresa pode ser “Amiga das Crianças”, mas seu consumidor pode sentir que os velhos são os verdadeiros excluídos.

Afirmar que o projeto social é custeado pelo lucro da empresa, e não entra como despesa, não convence ninguém. O lucro pertence aos acionistas, não aos executivos da empresa. Na maioria dos países, filantropia é feita na pessoa física não na jurídica. Não existe Fundação Microsoft, e sim Fundação Bill Gates. Da Microsoft queremos bons softwares, não bons projetos sociais.

**8. Antes de querer criar um Instituto com o nome da sua empresa ou da sua marca favorita, lembre-se que a maioria dos problemas sociais é impalatável.**

Empresas que criaram institutos com a marca da empresa fogem de problemas sociais complicados como o diabo foge da cruz.

Nenhuma delas quer ajudar a resolver problemas como hanseníase, abuso sexual, prostituição infantil, deficiência mental, autismo, Aids, discriminação racial, velhice e Alzheimer, doenças terminais, alcoolismo, dependência química, drogados, mães solteiras, pais abusivos, pois são projetos que não se adequam bem à imagem que você quer imprimir para a sua marca.

Marcas são penosamente construídas e não dá para discordar desta relutância em apoiar projetos “mercadologicamente incorretos.” Você terá que decidir o que vem em primeiro lugar, se sua marca ou a sua responsabilidade social, decisão ética de primeira importância.

Empresas que criaram institutos ou fundações com a marca da empresa, preferem projetos como educação, adolescentes, esportes ou ecologia, projetos que “não dão problemas”.

**9. Evite usar critérios empresariais ao escolher seus projetos sociais, como "retorno sobre investimento" ou "ensinar a pescar". Esta área é regida por critérios humanitários, não científicos ou econômicos.**

Empresários tendem a usar critérios empresariais para definir quais projetos apoiar, embora este seja um setor de critérios humanitários.

Um dos "mantras" das empresas socialmente responsáveis é que elas ensinam a pescar em vez de fazer “mero assistencialismo”.

Só que, quando as entidades fazem "mero assistencialismo”, deficiente visual sai com óculos, crianças com câncer saem curadas, órfãos são cuidados, paraplégicos saem com cadeiras de rodas.

Nos projetos que "ensinam a pescar", 90% dos recursos acabam nas mãos dos professores, e 10% ao consultor social idealizador do projeto.

**10. A responsabilidade social é no final das contas, sempre do indivíduo, do voluntário, do funcionário, do dono, do acionista, do cliente, porque requer amor, afeto e compaixão.**

Na literatura encontramos duas posições bem claras. Uma que a responsabilidade social é do governo, por isto estamos pagando quase 50% da nossa renda em impostos. Sem muito resultado.

A segunda posição é que a responsabilidade social é do indivíduo, da comunidade, da congregação, das Ongs organizadas para tal.

No Brasil, surgiu uma terceira visão, de extrema direita. Que a responsabilidade social é das empresas e dos empresários, que a agenda social deve ser estabelecida por executivos e empresários, sob critérios empresariais de retorno de investimento.

Empresas, como o governo, são impessoais. E, ainda corremos o perigo dos poucos indivíduos que achavam que a responsabilidade é do indivíduo acabem lavando as mãos achando que a responsabilidade é do governo e das empresas. Por que então se envolver?

### *E agora, o que fazer?*

Empresas estão agora ganhando dinheiro vendendo a imagem de bonzinhos na área social. Virou um grande negócio, existem agora interesses a preservar, o lado voluntário e filantrópico se foi para sempre.

Lamento dizer que joguei 10 anos da minha vida fora, tentando incentivar o voluntariado individual e a filantropia pessoal através dos sites <http://www.voluntarios.com.br> e <http://www.filantropia.org>; e enaltecendo a imagem das entidades independentes com o Prêmio Bem Eficiente®. Foi tudo em vão.

(Fonte: <http://www.filantropia.org> - [http://www.filantropia.org/artigos/kanitz\\_responsabilidade\\_social.htm](http://www.filantropia.org/artigos/kanitz_responsabilidade_social.htm), data de acesso 10/06/2015)

## **II - 10 indicadores de uma empresa socialmente responsável**

Por Patrícia Bispo para o RH.com.br

Ao contrário do que se possa pensar, uma empresa socialmente responsável não realiza apenas trabalhos focados para quem está do lado de fora dos seus portões. Lógico que desenvolver ações para comunidades vizinhas, adotar instituições como asilos, creches, colégios públicos, criar programas educacionais para menores carentes, preservar o meio ambiente, entre outras, são atitudes de suma importância. Contudo, também é preciso olhar para as pessoas que estão dentro da corporação, ou seja, para os colaboradores.

Seguem algumas ações que podem ser desenvolvidas internamente e que também caracterizam uma empresa socialmente responsável.

1. Desenvolvimento de uma cultura corporativa, com foco para o fortalecimento das relações de trabalho. Quando uma empresa está preparada para dialogar com os representantes das classes sindicais abre espaço, para que se chegue a denominadores comuns que atendam tanto às suas expectativas quanto às dos trabalhadores.
2. Estabelecer uma campanha interna de conscientização, a fim de que os profissionais abracem a ideia e entendam que uma empresa socialmente responsável não se faz apenas com boa vontade da diretoria. Mas, que cada integrante precisa ter ciência de que ele pode contribuir para a responsabilidade social.
3. Programar atividades que visem à melhoria contínua da qualidade de vida do trabalho. Além de melhorar os índices de satisfação interna, a empresa também poderá reduzir o turnover e os percentuais de absenteísmo.
4. Transparência na comunicação interna/externa é fundamental para que a empresa conquiste a credibilidade junto aos seus profissionais e, conseqüentemente, os stakeholders e a sociedade como um todo.
5. Enfatizar nas campanhas internas que ações socialmente responsáveis não correspondem a atividades filantrópicas.
6. Abrir espaço para ouvir aquilo que os funcionários têm a dizer. Uma organização que apenas acredita que sua "voz" tem vez, não imagina o estrago que pode produzir à sua própria sobrevivência. Não são raros os casos de empresas que pararam para ouvir seus colaboradores e resolveram ou evitaram problemas relacionados diretamente ao negócio.
7. Oferecer segurança para que os colaboradores possam manifestar sugestões, como também apresentar denúncias relacionadas ao ambiente de trabalho. Nesse sentido, a criação de uma Ouvidoria estimulará e tranquilizará aqueles que desejam ser ouvidos, mas que temem sofrer algum tipo de retaliação.
8. Contar com uma equipe de líderes conscientes da importância da sua participação ativa em todos os processos referentes às ações socialmente responsáveis. Nesse sentido, deve-se investir no desenvolvimento de competências, para que as lideranças deem suporte às propostas da empresa.
9. Ter uma área de Recursos Humanos completamente engajada às ações socialmente responsáveis. Isso significa dizer que o RH deve participar de todas as etapas das ações relacionadas à responsabilidade social, que a empresa coloca em prática.
10. Disseminar as atividades desenvolvidas ao longo do ano, através de um Relatório sobre Responsabilidade Social. Vale ressaltar que este documento deve estar ao alcance da sociedade e também do público interno.

(Fonte: [http://www.rh.com.br/Portal/Responsabilidade\\_Social/Dicas/6722/10-indicadores-de-uma-empresa-socialmente-responsavel.html](http://www.rh.com.br/Portal/Responsabilidade_Social/Dicas/6722/10-indicadores-de-uma-empresa-socialmente-responsavel.html), data de acesso 10/06/2015)

## III - conheça a versão brasileira do Guia dos Bancos Responsáveis 2015

Financeiro10 Fev 2015

Plataforma é fruto de uma coalizão de 17 organizações pelo mundo e será lançada em evento com presença de lideranças estrangeiras e membros do Idec envolvidos no trabalho. Proposta é apresentar os reais impactos dos bancos na sociedade

No dia 11/02, o Idec (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor) promoveu o lançamento virtual da versão brasileira do GBR 2015(Guia dos Bancos Responsáveis). O resultado, que pode ser acessado a partir do dia 11 no site do Idec, tem como objetivo tornar público os impactos das instituições financeiras na sociedade. Realizado pelo Idec desde 2010, o projeto é fruto da coalizção internacional de sete países (Brasil, Indonésia, Holanda, França, Bélgica, Japão e Suécia), que também realizam o “Fair Finance Guide International” (Guia Internacional de Finanças Responsáveis), coordenados pela Oxfam Novib (confederação que inclui 17 organizações trabalhando por meio de parcerias e em comunidades em mais de 90 países). O GBR conta ainda com apoio da SIDA (Swedish International Development Cooperation Agency). “A ideia é que a transparência fomentada pelo GBR e sua intensa divulgação contribuam para a melhoria consecutiva das instituições financeiras e do sistema bancário como um todo”, pontua Elici Bueno, coordenadora-executiva do Idec. Acesse a plataforma do GBR 2015 [AQUI](#).

Pela primeira vez, o projeto reúne representantes de todos os países envolvidos em um lançamento nacional. O evento será fechado e contará com convidados como Ted van Hees (coordenador da pesquisa pela Oxfam-Novib BankWiser International) e os pesquisadores Imad Sadi (Oxfam-Novib BankWiser International), responsável pelo desenvolvimento do trabalho, e Peter Ras (Oxfam-Novib). Pelo Idec, compõe o ciclo de apresentações Elici Maria Checchin Bueno (coordenadora-executiva), Carlos Thadeu de Oliveira (gerente técnico), Teresa Liporace, (assessora de projetos), Lucas Salgado (consultor do projeto) e Ione Amorim (economista do Idec).

### *Entenda o GBR*

Trata-se de uma plataforma online que engloba a pesquisa de estudos de práticas bancárias - como abertura de contas, contratação de crédito e quitação antecipada de crédito - feita pelo Idec, e o trabalho de análise de políticas socioambientais dos seis maiores bancos brasileiros (Banco do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica Federal, HSBC Itaú e Santander) por meio da análise de relatórios anuais e de sustentabilidade, políticas de risco e outras informações e documentos publicados por essas instituições financeiras.

O resultado aborda treze grandes temas: armas, transparência; impostos; alimentos; meio ambiente; mudanças climáticas, geração de energia, mineração, óleo e gás, remuneração, florestal, direitos humanos e direitos trabalhistas. Oferece também

ferramentas interativas para comparação entre bancos e de mobilização social para melhoria das instituições bancárias, além de notícias e informações úteis que podem auxiliar o consumidor no processo de troca de instituição financeira, em caso de insatisfação. A plataforma possibilita ainda ao usuário consultar o desempenho de seu banco por meio do acesso a informações detalhadas, que a maioria dos consumidores desconhece, organizadas de forma clara e simples, como fontes de investimento, relações trabalhistas e estudos de caso.

O usuário pode saber, por exemplo, qual é o papel e a forma de atuação do seu banco em relação a empresas que atuam no setor de armas ou como ele se engaja no fomento a geração de energia renovável. A pesquisa também investiga as políticas e a tolerância dos bancos a atividades com implicações e riscos socioambientais comprometedores, como relações de trabalho injustas, bem estar animal e desmatamento.

### *A importância do GBR*

No site do Idec também é possível ter acesso à série de pesquisas sobre práticas bancárias que o Idec desenvolveu durante 2014. Está disponível também a comparação de aspectos entre diferentes bancos, o que facilita ao consumidor uma reflexão sobre seu vínculo com instituições que influenciam de forma decisiva a sociedade e as condições de vida atuais. Em caso de insatisfação generalizada, o site fornece duas ferramentas de mobilização. A primeira é a possibilidade de envio de um e-mail diretamente para a área de Sustentabilidade do Banco. Caso a insatisfação seja maior, o site apresenta informações e dicas que podem auxiliar o usuário a trocar seu banco por outra instituição com melhor desempenho.

“Essas ferramentas incentivam o usuário a assumir um papel mais proativo na mobilização por instituições financeiras mais responsáveis, seja enviando uma reclamação a determinado banco ou até parabenizando-o por possuir práticas exemplares”, observa Carlos Thadeu de Oliveira, gerente técnico do Idec. Há um incentivo à busca, não somente por melhores práticas, mas por compromissos essenciais e ações que vão além do patamar exigido pela legislação. “Temos um reconhecimento do papel-chave do setor financeiro em aperfeiçoar não apenas as práticas bancárias mas também as das empresas que são seus clientes e fornecedores, a fim de garantir o acesso a uma sociedade mais justa, equilibrada, ética e sustentável”, explica Ione Amorim, economista do Idec.

(Fonte: <http://www.idec.org.br/em-acao/em-foco/conheca-a-verso-brasileira-do-guia-dos-bancos-responsaveis-2015>, data de acesso 10/06/2015)

## IV - grandes projetos, um tormento na vida dos pobres

Adital 24.06.14 Brasil Grandes projetos, um tormento na vida dos pobres

Frei Gilvander Luís Moreira Adital

Vivemos um tempo perigoso. O capitalismo, máquina de moer vidas, está funcionando a todo vapor triturando vidas de bilhões de pessoas e de outros seres da biodiversidade. Estamos em tempos de fundamentalismos, de céus povoados de anjos e entidades, de demônios por todos os lados, de gritaria de deuses, de promessas, de busca insaciável de bênçãos, de procissões, de peregrinações, de necessidade de expiação, de moralismos, de religiões sem Deus, de salvação sem escatologia, de cristianismos light, de libertações que não vão muito além da autoestima. Enfim, tempos de autoajuda, de dar um jeitinho para ir empurrando a vida. Clamores ensurdecadores brotam dos porões da humanidade. A mãe Terra clama para ser salva, pois está sendo crucificada impiedosamente pelos grandes projetos capitalistas. Medo, insegurança e instabilidade atingem a todos. Atualmente insiste em imperar uma mística antievangélica do descompromisso com os pobres. Estes, além de empobrecidos, são marginalizados, injustiçados e acusados de serem os responsáveis primeiros pela sua situação de miséria. Inverte-se a realidade: os verdugos tentam parecer bons samaritanos. As vítimas são consideradas vagabundas, irresponsáveis e bagunceiras. A estrutura de violência e de exclusão fragmenta multidões, deixando as pessoas em cacos. É hora de recompor os cacos em um grande e articulado mosaico. É hora de reintegrar as nossas forças e energias vitais. Em 2014 no Brasil, e na maioria dos países do mundo, o povo vive sob as agruras e o tormento dos grandes projetos. Por aqui estes são executados em nome do PAC – Programa de Aceleração do Crescimento, no Nordeste, apelidado de Programa de Ameaça às Comunidades. Dentre os grandes projetos do PAC, os de maior impacto são: as grandes barragens e usinas hidrelétricas, como as de Jirau e Santo Antônio, no Rio Madeira, em Rondônia; a barragem e hidrelétrica de Belo Monte, no rio Xingu, em Altamira, no Pará; a Transposição das águas do rio São Francisco; construção de vários portos e aeroportos e ampliação e modernização de outros; fusão de grandes empresas que concentram cada vez mais o capital e vão matando as pequenas empresas. Exemplos não faltam nas áreas de telecomunicações, de aviação, das construtoras, dos grandes supermercados, dentre muitos outros. Muitos pensam que esses projetos beneficiam todo o povo, mas, na realidade, tratam-se de infraestrutura para viabilizar o crescimento do capital, hoje primordialmente nas garras de empresas transnacionais. Quase sempre esses grandes projetos são realizados por grandes empresas, mas por meio de financiamento público, via BNDES[1].

A chegada de um grande projeto é sempre envolvida por campanha publicitária espetacular que anuncia estar chegando à região uma alavanca de desenvolvimento social, geradora de emprego e que não irá causar grandes males à já tão sofrida natureza, a

biodiversidade e às pessoas. Chefes da política, da economia e até da religião são cooptados e muita gente seduzida. Assim, a massa acolhe esses projetos como se fossem benfeitores que trarão emprego e melhorias sociais, mas, logo, descobre que se gera poucos empregos e, muitas vezes, em condições análogas à de escravidão. Acontece o que ensina a fábula do Escorpião e o Sapo, que diz: um escorpião pede a um sapo que o leve através de um rio. O sapo tem medo de ser picado durante a viagem, mas o escorpião argumenta que não há motivo para o sapo temer tal traição, pois se picar o sapo, esse afundaria e o escorpião da mesma forma iria junto afogar. O sapo concorda e começa a carregar o escorpião, mas no meio do caminho, o escorpião, de fato, aferroa o sapo, condenando ambos. Quando perguntado por que, o escorpião responde que esta é a sua natureza. Isso mesmo: a natureza do capitalismo é aferroar vidas o tempo todo e cada vez com mais veneno. O funcionamento do capitalismo exige expansão, crescimento sem limites. Isso é impossível pois a natureza precisa de tempo para se recuperar das agressões. A mercadoria, base da acumulação do capital, destrói o ambiente e explora os trabalhadores. Portanto, não dá mais para acreditar que na nossa caminhada na vida o capitalismo seja a melhor companhia. Por tudo isso, é um imenso desafio enfrentar o poder opressivo do capital diante desses mega projetos. Voltando o nosso olhar atentamente para as narrativas bíblicas, percebemos que o povo da Bíblia também experimentou na própria pele as agruras de grandes projetos. Resgatar um pouco do que foram esses grandes projetos e como o povo bíblico resistiu diante deles, talvez possa inspirar em nós táticas e estratégias para o enfrentamento aos grandes projetos de hoje. Isso é o que veremos nas próximas partes do Artigo "Grandes projetos na Bíblia e a Resistência do Povo".

Belo Horizonte, 23 de junho de 2014. Um abraço terno. [1ª parte do artigo foi publicado na Revista Estudos Bíblicos, Vol. 30, n. 120, out/dez 2013, pp. 339-358.] [1] Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Mas o "social" está esquecido, desenvolve-se o econômico à custa do social.

Ao publicar em meio impresso, favor citar a fonte e enviar cópia para: Caixa Postal 131 CEP 60.001970 Fortaleza Ceará Brasil

(Fonte:

[http://www.adital.com.br/site/noticia\\_imp.asp?lang=PT&img=S&cod=81183](http://www.adital.com.br/site/noticia_imp.asp?lang=PT&img=S&cod=81183), data de acesso 10/06/2015)

## **V - Cidadania Empresarial: A Ética nas Organizações"**

Edição 171

"Nada existe que não tenha alguma consequência" (Espinosa apud Srour, 1994). A existência de uma empresa não deve ser pensada apenas em função de seu potencial de lucros. Há que existir a consciência de que ela está inserida num sistema social. Logo, ao se pensar a existência de uma empresa socialmente responsável, deve-se fazê-lo tendo em vista os impactos desta sobre esse sistema.

Segundo Ashley et al. (2000), "cidadania empresarial seria a extensão pela qual as organizações atendem às suas responsabilidades econômicas, legais, éticas e discricionárias, exigida por seus diversos stakeholders". Esta cidadania não se verifica apenas em projetos socialmente responsáveis, mas através de um comportamento ético que permeie todos os processos decisórios da empresa.

De acordo com as constatações de Patrícia Ashley, a cidadania empresarial pode ser entendida como uma matriz que contempla basicamente quatro aspectos: o legal, o econômico, o ético e, finalmente, o auxílio à sociedade, colaborando com desenvolvimento sustentado da própria sociedade e manutenção das condições necessárias à vida (meio ambiente).

Um olhar crítico sobre o assunto há de concluir que o cerne da discussão sobre responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial gira em torno da preponderância do fator ética sobre os demais. A ética é o pressuposto primeiro quando se imagina uma empresa cidadã. É sentir-se co-responsável pelos problemas da sociedade. Por definição, todas as empresas deveriam ser lucrativas e obedecer às leis. O compromisso ético, como diria Ashley, é que a faz transcender o econômico/legal.

A empresa cidadã deve possuir objetivos sociais e instrumentos sociais, os quais não devem se confundir com práticas comerciais e/ou objetivos econômicos (Ashley, 2000). Numa empresa-cidadã não existe a separação entre o planejamento estratégico e as políticas sociais. O social é uma variável indispensável para a concepção da estratégia. Muito diferente das ações assistenciais de algumas organizações cujo objetivo principal é se locupletar dos necessitados — um caso típico é o da empresa que gasta mais anunciando o que vai realizar do que efetivamente realizando uma ação social.

Por fim, uma empresa que incorpore estas mudanças não poderia ser considerada de todo cidadã. Falta ainda o fator prático, o resultado do processo de mudança, a resposta da empresa às desigualdades presentes na sociedade. Iniciativas corriqueiras compreendem, mas não se restringem a: incentivos à educação (quer seja construindo uma escola, auxiliando com recursos materiais/financeiros ou mesmo cedendo profissionais para que trabalhem assuntos específicos com os alunos), fortalecimento da cidadania/auto-estima, programas de revitalização do ambiente urbano, conservação de áreas de vegetação nativa, preservação da cultura local/regional, entre outros. Em suma, a empresa-cidadã retribui à sociedade com filantropia, não de forma paternalista, mas tendo em vista o desenvolvimento sustentado como solução maior para a problemática enfrentada por esta mesma sociedade.

(Fonte:

<http://www.informazione4.com.br/cms/opencms/desafio21/artigos/gestao/planejamento/0024.html>, data de acesso 10/06/2015)

## VI - Mas o que é Responsabilidade Social

Emilia Fabiana Rasquinha

A responsabilidade social se apresenta como um tema cada vez mais importante no comportamento das organizações, exercendo impactos nos objetivos, estratégias e no próprio significado da empresa. Procuo trazer alguma contribuição no sentido de uma melhor a compreensão da importância desta estratégia e dos benefícios que a mesma pode trazer para a corporação, quando aplicada corretamente.

Algumas empresas confundem Responsabilidade Social com Filantropia. Mas o que é Responsabilidade Social? O termo "responsabilidade social" encerra sempre a idéia de prestação de contas: alguém deve justificar a própria atuação perante outrem. Durante muito tempo, este foi entendido, em uma visão tradicional, como sendo a obrigação do administrador de prestar contas dos bens recebidos por ele. Ou seja, economicamente, a empresa é vista como uma entidade instituída pelos investidores e acionistas, com objetivo único de gerar lucros. Entretanto, tal perspectiva não se aplica no mundo contemporâneo.

Já se sabe que a empresa não se resume exclusivamente no capital, e que sem os recursos naturais (matéria-prima) e as pessoas (conhecimento e mão-de-obra), ela não gera riquezas, não satisfaz às necessidades humanas, não proporciona o progresso e não melhora a qualidade de vida. Por isso, afirma-se que a empresa está inserida em um ambiente social. Para Oded Grajew presidente do Instituto Ethos, uma das principais instituições responsáveis pela difusão do conceito de responsabilidade social na sociedade brasileira, define este conceito como: "(...) a atitude ética da empresa em todas as suas atividades. Diz respeito às interações da empresa com funcionários, fornecedores, clientes, acionistas, governo, concorrentes, meio ambiente e comunidade. Os preceitos da responsabilidade social podem balizar, inclusive, todas as atividades políticas empresariais".(GRAJEW, Instituto Ethos, 2001).

Atualmente, a intervenção dos diversos atores sociais exige das organizações uma nova postura, calcada em valores éticos que promovam o desenvolvimento sustentado da sociedade como um todo. A questão da responsabilidade social vai, portanto, além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade. Significa mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial com foco na qualidade das relações e na geração de valor para todos. É importante ressaltar que a responsabilidade social é, ainda, um processo em crescimento em vários países do mundo e, principalmente, no Brasil.

A questão da participação das empresas privadas na solução de necessidades públicas está nas pautas das discussões atuais. Embora alguns defendam que a responsabilidade das empresas privadas na área pública limita-se ao pagamento de impostos e ao cumprimento das leis, crescem os argumentos de que seu papel não pode ficar restrito a isso, até por uma

questão de sobrevivência das próprias empresas. Outro argumento é o fato de que adotar posturas éticas e compromissos sociais com a comunidade pode ser um diferencial competitivo e um indicador de rentabilidade e sustentabilidade no longo prazo.

A ideia é de que os consumidores passam a valorizar comportamentos nesse sentido e a preferir produtos de empresas identificadas como socialmente responsáveis. As empresas socialmente responsáveis são aquelas que buscam o diferencial, um exemplo é a empresa Kanneberg, Barker, Hail & Cotton Tabacos Ltda. (KBH&C), que atua de forma coerente, com profissionais qualificados na área e possui a certificação da Norma SA 8000. Gostaria que outras empresas também visualizassem, este novo cenário social que se apresenta no mundo moderno. Aquelas que não acompanharem a contemporaneidade infelizmente terão seus dias contados.

\*Emilia Fabiana Rasquinha é Assistente Social/CRESS 6010.

(Fonte: [http://www.ipea.gov.br/acaosocial/articleaeba.html?id\\_article=632](http://www.ipea.gov.br/acaosocial/articleaeba.html?id_article=632), data de acesso 10/06/2015)

## **VII - Diferenças conceituais entre responsabilidade social e outros termos**

Artigo por Colunista Portal - Educação - quinta-feira, 14 de fevereiro de 2013

Veja a diferença entre conceitos e definições dos termos utilizados

Observamos que a responsabilidade social é a postura das empresas no dia a dia, visível no comportamento que as empresas têm ao lidar com as questões e demandas dos seus públicos e da sociedade. Partindo desse pressuposto, podemos diferenciar um comportamento empresarial socialmente responsável de outros termos correlacionados e que são utilizados como sinônimos de Responsabilidade Social.

Termos como filantropia empresarial, cidadania corporativa, ações e projetos sociais fazem parte de uma preocupação com a sociedade e as questões sociais, mas não são os únicos parâmetros da responsabilidade social nas organizações. Mais do que realizar projetos e ações sociais, a responsabilidade social se firma como um conceito que implica na postura da empresa com seus vários públicos e o meio ambiente.

Há uma contradição quando vemos uma empresa investir quantias consideráveis em projetos ambientais e ao mesmo tempo poluir rios com a sua produção ou realizar projetos na área de educação e não investir na formação de seus recursos humanos. Há que se ter uma consonância entre discurso e prática senão a credibilidade da empresa ficará comprometida, pois ela não se sustenta diante dos fatos internos que virão à tona.

Tânia Rothgiesser nos auxilia na conceituação dos termos: filantropia empresarial, cidadania corporativa e responsabilidade social empresarial. Segundo a consultora,

filantropia empresarial é “o investimento de uma empresa em ações pontuais periódicas, como campanhas de arrecadação de bens e alimentos, assim como as doações de ordem material e/ou financeira.

Comumente não obedecem a um processo sistematizado de atuação social e sim reativo, em momentos de maior demanda da sociedade”. Já cidadania corporativa é “o conjunto de ações desenvolvidas por uma empresa em benefício da sociedade. Ações de cidadania corporativa ou de cidadania empresarial incluem investimentos sistemáticos, organizados em projetos e programas junto à comunidade. A empresa adota posição proativa de querer contribuir para encaminhar soluções. E desenvolve uma atuação social como componente de sua identidade organizacional, contribuindo para consolidá-la”.

E por fim, responsabilidade social empresarial é “sistema da gestão empresarial voltado ao desenvolvimento econômico sustentável e baseado em procedimentos éticos, no campo da estratégia dos negócios. É a empresa cidadã na condução de seus negócios de uma forma que a torna parceira e corresponsável por ações que objetivam não só reduzir os problemas sociais, mas contribuir para o desenvolvimento sustentável”.

PORTAL EDUCAÇÃO - Cursos Online: Mais de 1000 cursos online com certificado.

(Fonte: <http://www.portaleducacao.com.br/educacao/artigos/33321/diferencas-conceituais-entre-responsabilidade-social-e-outros-terminos#ixzz3cyePdrUL>, data de acesso 10/06/2015)

## Sugestões de leitura complementar

### a) O que é Responsabilidade Social?

<http://www.responsabilidadesocial.com/o-que-e-responsabilidade-social/>

A responsabilidade social é quando empresas, de forma voluntária, adotam... com preocupações sociais voltadas ao seu ambiente de negócios ou ao seu...

### b) Responsabilidade Social Corporativa e Cidadania Empresarial: uma análise conceitual comparativa

Patricia Almeida ASHLEY (IAG/PUC-Rio) Renata Buarque Goulart COUTINHO (IAG/PUC-Rio) Patricia Amélia TOMEI (IAG/PUC-Rio)

<http://www.agenda21empresarial.com.br/arquivo/1260083712.375-arquivo.pdf>

### c) A influência da cidadania empresarial na imagem corporativa

<http://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/2937/2169>

de A Personi - 2012 - [Artigos relacionados](#)

Abordar o papel e a importância da cidadania empresarial na construção da.... conceito de cidadania corporativa, então elas testemunham da mesma forma...

#### **d) Responsabilidade social corporativa: benefício social ou vantagem competitiva?**

[http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-24072006-161703/publico/FEDATO\\_ResponsabilidadeSocialCorporativa.pdf](http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-24072006-161703/publico/FEDATO_ResponsabilidadeSocialCorporativa.pdf)

de MCL Fedato - [Citado por 35](#) - [Artigos relacionados](#)

Dissertação apresentada ao Departamento de Administração da Faculdade... Responsabilidade social corporativa: benefício social ou vantagem competitiva?

#### **e) Vantagens e Desvantagens da responsabilidade social...**

<http://www.trabalhosfeitos.com/ensaios/Vantagens-e-Desvantagens-Da-Responsabilidade-Social/61698799.html>

27 de out de 2014 - DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS CURSO DE ADMINISTRAÇÃO RESPONSABILIDADE SOCIAL

Acesso em jun 2015

#### **f) A responsabilidade social e sua interface com o ... - FAE**

[http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista\\_da\\_fae/fae\\_v5\\_n2/a\\_responsabilidade\\_e\\_social.pdf](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v5_n2/a_responsabilidade_e_social.pdf)

de ARHC Levek - [Citado por 30](#) - [Artigos relacionados](#)

seguintes objetivos específicos: caracterizar a Responsabilidade Social, suas vantagens e desvantagens e identificar os conceitos do Marketing Social,

#### **g) LUCRO OU FILANTROPIA - Universidade Estácio de Sá**

<http://portal.estacio.br/media/3344893/1-lucro-filantropia-leitura-critica-sobre-ambiguidades-responsabilidade-social-empresarial.pdf>

sua articulação com outros conceitos, como os de ética empresarial, filantropia[1] empresarial, cidadania empresarial e marketing social[2]. Boa parte da...

#### **h) Obrigação ou Prazer: Algumas Reflexões a... - AEDB**

<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/26116210.pdf>

de EP Ferreira Filho - [Artigos relacionados](#)

Resumo: O presente artigo aborda o tema da Responsabilidade Social... uma potencialidade que se caracteriza por uma vantagem, que faz com que empresas superem.... de eventos de gestão socioambiental e analista de departamento.

## **i) Responsabilidade Social Corporativa e Cidadania Empresarial nas Empresas do Setor Educacional Superior Privado**

André Amarantes, José Dias

*RESUMO: O presente artigo propõe a apresentação do Conceito de Responsabilidade Social Corporativa e Cidadania Empresarial com enfoque na área de Educação; apresentando a evolução histórica da responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial e a análise comparativa dos conceitos de responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial aplicada ao setor educacional. Partindo da pesquisa bibliográfica sobre o conceito de responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial, busca-se identificar semelhanças e divergências nas diferentes abordagens temáticas, de forma a contribuir para o tratamento teórico e aplicação prática. Observa-se que, se por um lado, o conceito de cidadania empresarial vem tendo maior receptividade pelas empresas na medida que abraçam a causa, na prática, uma conotação de gestão de relações comunitárias; por outro lado, o conceito de responsabilidade social vem consolidando-se como um conceito interdisciplinar, multidimensional e associado à uma abordagem sistêmica, focada nas relações entre stakeholders associados direta e indiretamente ao negócio da empresa.*

Palavras-Chave: Administração. Corporativa. Cidadania Empresarial.

(Leia texto completo:

<http://revista.faculdadeprojecao.edu.br/index.php/Projecao1/article/view/134/118>)

## **j) Empresas, Responsabilidade Social e Corrupção - OBEGEF**

<http://www.gestaodefraude.eu/wordpress/wp-content/uploads/2010/07/wp006.pdf>

de MC Branco - [Citado por 1](#) - [Artigos relacionados](#)

EMPRESAS, RESPONSABILIDADE SOCIAL E CORRUPÇÃO. WorkinG PaPErs nº 6 / 2010. OBEGEF – Observatório de Economia e Gestão de Fraude.

## **k) A farsa da Lei de Responsabilidade Fiscal | Gama Livre**

<http://www.gamalivre.com.br/2010/05/farsa-da-lei-de-responsabilidade-fiscal.html>

21 de mai de 2010 - “A política social em grande parte está fora do alcance da Lei de Responsabilidade Fiscal, porque as despesas ligadas aos direitos sociais...”

## **l) A farsa do desenvolvimento sustentável - o mundo hoje...**

<http://www.blogdoambientalismo.com/a-farsa-do-desenvolvimento-sustentavel-parte-ii-breve-introducao-ao-neo-malthusianismo-e-suas-falsas-verdades/>

9 de dez de 2009 - Como justificar que o mundo tem que parar de crescer social e.... que está havendo problemas com a chamada “responsabilidade social”.