

## Responsabilidade social e ética nos negócios: pilares da empresa cidadã

(Social responsibility and ethics in the businesses: pillars of the citizen company)

Wellington Soares da Costa<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) – Vitória da Conquista – BA  
wsc333@gmail.com; wsc333@hotmail.com

***Abstract.** Two aspects of management are analyzed: social responsibility and ethics. Bibliographic research was used to demonstrate the current need of this discussion and of this paradigm.*

***Keywords.** social responsibility - ethics.*

***Resumo.** Este artigo propõe-se à análise de dois temas referentes à Administração: responsabilidade social e ética. Utilizou-se a pesquisa bibliográfica e o objetivo é demonstrar a necessidade dessa discussão e desse paradigma na atualidade.*

***Palavras-chave.** responsabilidade social – ética.*

### 1. Introdução

Discutir<sup>1</sup> sobre responsabilidade social requer considerações acerca da ética, ainda mais quando se reconhece que “a fome pelo lucro fácil” é um dos fatores que tornam frágil a sociedade (BURSZTYN, 2001:134).

Pode-se conceituar a ética como o conjunto de limites impostos ao homem em seus relacionamentos, porque o ser humano convive. É o complexo de relacionamentos humanos que faz surgir a ética, visto que, sem isso, não há que se falar em ética. Fica o reconhecimento da alteridade<sup>2</sup>, ou seja, da existência do outro (ser). “A dimensão ética começa quando entra em cena o outro” (ECO, 2002:9).

Noutro sentido:

Ética é um conjunto de valores. Quando dizemos que uma empresa ou uma pessoa é ética, nós nos referimos aos valores que essa pessoa ou essa empresa possui. Se meus valores se encontram em determinado nível de desenvolvimento moral e minhas atitudes estão de acordo com eles, isso é ética. [...] (PINEDO, 2003:3)

O mesmo autor afirma que “[...] Ética é algo que existe internamente. Meus valores [...] [são] o meu modo de viver. Também para a empresa, seus valores são o seu modo de vida. [...]” (PINEDO, 2003:3). Por isso, pode ser concluído que realmente são atestadas a ética e a responsabilidade social não apenas por “códigos de ética, balanços sociais, workshops de conscientização, campanhas publicitárias, projetos sociais, trabalhos para a comunidade” (PINEDO, 2003: 5), mas também, e principalmente, pela praxe da organização<sup>3</sup>

nos mais variados aspectos, incluindo-se o tratamento dispensado aos funcionários<sup>4</sup>, consumidores e fornecedores.

Para Bartholo Júnior: 1) a vida humana é relacional; 2) na comunidade é construída a vida do *nós*; 3) esse *nós*, que é *um para o outro*, consubstancia o coroamento da ética. A inquestionabilidade da importância do relacionamento humano, assim, leva esse autor a parafrasear o evangelista João Batista, afirmando que, *no princípio, era a relação*<sup>5</sup>.

Conforme a teologia oriental de que fala Bartholo Júnior<sup>6</sup>, a pessoa é o suporte da alteridade, ou seja, na pessoa encontra-se o outro e *eu* não é apenas *eu*, porque *eu* tem necessidade do outro e *eu*, em verdade, funde-se em *nós*.

## 2. Responsabilidade Social

A ética deve ser o princípio de toda e qualquer organização. Ser ético é preocupar-se também com o coletivo: o bem-estar de seus funcionários e da sociedade com um todo.

Outras organizações desconsideram a necessidade da promoção do homem e da coletividade em aspectos mais amplos que o econômico-financeiro e tecno-científico.

O desenvolvimento científico-tecnológico tem levado muitas organizações à busca desenfreada de lucro econômico-financeiro com sacrifício da responsabilidade social.

Romão (2001), ao falar sobre a empresa socialmente humanizada, assevera que os lucros não são apurados apenas em números. Parafraseando esse autor, pode-se falar que a organização tem como um de seus melhores negócios a responsabilidade social, que também é lucro, “além de ser um fator primordial na geração de resultados” (ROMÃO, 2001). A empresa socialmente responsável sempre agrega mais valores para si, diferenciando-se de suas concorrentes numa ótica positiva, ainda que do ponto de vista estritamente empresarial. Mattar (2001: 15) aduz:

A pesquisa do Instituto Ethos/Jornal Valor sobre a percepção dos consumidores, realizada em 2000, mostra que, no Brasil, 57% deles julgam se uma empresa é boa ou ruim tendo por base a responsabilidade social. E o que eles querem dizer com isso? Os primeiros elementos citados são tratamento de funcionários e a ética nos negócios.

Adicionalmente, os consumidores querem que a empresa melhore a sociedade: é o que pedem 35% deles. E não apenas no Brasil, mas em todo o mundo. Em quase todos os países onde a mesma pesquisa foi feita o resultado neste item foi o mesmo: 35%.

Além disso, os consumidores recompensam e punem as empresas pela sua responsabilidade social. Recompensam ao comprar os produtos e recomendar a empresa a seus conhecidos. Punem ao não comprar os produtos e não recomendar a empresa. Trinta e um por cento dos consumidores no Brasil e 49% nos consumidores nos Estados Unidos comportam-se desta forma.

Corroboram essas informações a constatação de Pinedo (2003: 6) de que “[...] Estudos realizados pela Universidade Harvard a respeito de como o nível de maturidade influencia o comportamento corporativo concluíram que empresas éticas e maduras apresentam um desempenho 160% melhor que as menos éticas.”

O propósito da empresa não é simplesmente lucrar, mas ser vista em sua base como uma comunidade de pessoas que, de várias formas, estão se esforçando para satisfazer suas necessidades básicas e que formam um grupo particular no serviço de toda a sociedade. O lucro é um regulador da vida de um negócio, mas não é o único regulador; outros fatores, humanos e morais, também devem ser considerados, pois, a longo prazo, serão igualmente importantes para a vida do negócio. (Papa João Paulo II *apud* Maslow, 2000:

61)

Marcante é a necessidade atual de as organizações observarem os anseios da sociedade por uma atuação empresarial ética. Para tal desiderato, melhor é que todos se conscientizem de que a ética é imprescindível na atualidade, haja vista a necessidade ética despontar como uma das mais prementes para o homem contemporâneo. Não pode ser afastada a discussão sobre ética.

Zoboli (2001: 8) afirma: “[...] uma vez que a empresa, enquanto uma organização social, deve dar conta de funções que a sociedade dela espera e exige assumindo suas responsabilidades neste âmbito, ela está obrigada a tomar decisões com implicações éticas”. Disso decorre que:

A empresa que busca somente os resultados ou as vantagens imediatas é suicida, a responsabilidade a longo prazo é uma necessidade de sobrevivência e neste aspecto a ética constitui um fator importante para os ganhos. Por si só, a ética não é condição para um bom negócio, mas o propicia; (ZOBOLI, 2001: 8)

Exige-se das empresas, atualmente, responsabilidade social e ética. Basta citar a conscientização dos consumidores acerca da necessidade de serem defendidos seus direitos.

[...] a economia de mercado e o sistema econômico em que vivemos como que alijaram valores fundamentais ao convívio social: o bom cedeu lugar ao útil; o correto, ao funcional; o futuro, ao imediatismo; e o social, ao individualismo exacerbado. Nesse contexto, há uma verdadeira inversão valorativa [...].

Antes que alguma mudança venha a ocorrer, há que se repensar valores e atitudes hoje prevalentes, permitindo que o útil venha a se subordinar ao bom; a especulação desenfreada ao trabalho honesto e sério; o personalismo ao social; a racionalidade funcional à substantiva. [...]. (CARAVANTES, 2002:71)

No presente estudo, há de se referir à Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresa CE/UNIAPAC BRASIL, da Associação de Dirigentes Cristãos de Empresa do Brasil (<http://www...>). Citam-se os princípios seguintes:

14 - Embora o desejo de lucro permaneça o estímulo da atividade econômica, o dirigente de empresa não tem direito de sobrepô-lo ao dever de servir a sociedade a que pertence.

33 - O homem é o centro da vida econômica; negligenciá-lo será ofender a dignidade humana e votar a empresa ao malogro.

34 - Tal como as técnicas nela utilizadas estão ordenadas aos fins da empresa, assim os fins da empresa estão subordinados ao homem.

Lembra-se que uma das grandes exigências sociais na atualidade, no que se refere aos negócios públicos e privados, é a negação de valores hedonistas, porque estes desconsideram o bem-estar coletivo e fazem esquecer que o ser humano é uma riqueza da sociedade. Daí decorrem alterações profundas nos valores individuais, organizacionais e sociais, levando à preservação, ao estímulo e à promoção da cidadania.

São indubitáveis as grandes implicações advindas da Economia para a sociedade, tornando a ética um imprescindível ingrediente nessa atividade humana.

A contemporaneidade, salpicada de inúmeras mudanças, trouxe a necessidade de ser

repensada a ética, especialmente na área econômica. É necessária, hodiernamente, a presença da ética na economia, sendo uma demanda da sociedade, objetivando a igualdade material dos contratantes: o Direito deve “submeter a Economia à Ética” (WALD, 1999: 31), pois, “na sua estrutura interna, a sociedade comercial deixa de ser um instrumento puramente econômico para ter, cada vez mais, uma dimensão humana e social” (WALD, 1999: 36).

É geral a constatação de que a ética está presente na vida humana e que se faz urgente considerá-la nos negócios empresariais, observando-a.

Um exemplo ilustrativo do dilema ético atualmente vivenciado está nas questões que envolvem a economia informal, conceituada como “o conjunto de atividades econômicas que o estado de necessidade social ou a busca de lucros ilícitos leva a que sejam realizadas à margem da lei, de modo que não são detectadas, nem medidas, nem consideradas nas contas nacionais” (PRADO, 1999: 195). Essas atividades proporcionam retorno financeiro fácil à revelia da lei<sup>7</sup>.

Ao estudar ética, direito e ética empresarial, Campos (1999: 216) assevera:

**A ética na actividade empresarial** [grifos do autor] é este olhar desperto para o outro, sem o qual o eu não se humaniza; a actividade dirigida para o outro.

A actividade empresarial é eticamente fundada e orientada, quando se cria emprego, se proporciona habitação, alimentação, vestuário e educação, detendo os bens como quem os administra.

Para os cristãos a ética empresarial é justiça e obras de misericórdia. Para muitos outros será a lei natural que diz que ninguém pode ser feliz/rico no meio de infelizes/pobres.

Constata-se que “A Ética nunca esteve tão reclamada como nos dias de hoje” (BASTOS, 1999: 217) e que:

A riqueza não teria razão suficiente para ser gerada se não fosse para elevar a condição espiritual, moral e cultural dos homens. [...] A dignidade humana não seria atingida se se interpretasse a Economia apenas como geradora de riquezas a serem aplicadas, até mesmo imoralmente. (BASTOS, 1999: 230)

Cita-se, enfim, o pensamento de Boff (2003: 15):

Penso que estão surgindo inovações nas empresas que descobrem a responsabilidade social, que buscam não apenas a qualidade de seus produtos, mas qualidade de vida, que se preocupam com a inclusão de seus funcionários para formar uma comunidade produtora. Isto é, você está ali não só para trabalhar, mas também para se humanizar. Esse despertar é um sinal novo, está emergindo e criando lentamente um novo estado de consciência. Daqui a pouco, este será o imperativo categórico para todas as empresas [...] A empresa deve sentir-se dentro do processo global da sociedade, tendo responsabilidade ecológica, social, cultural, espiritual. [...]

### **3. Considerações Finais**

O movimento de responsabilidade social empresarial se fundamenta na ética. Nenhuma empresa pode ser socialmente responsável se não tiver um comportamento ético em relação aos públicos com os quais se relaciona e um declarado compromisso com a sustentabilidade social e ambiental da comunidade em que atua, do país e do mundo. [...] (Apresentação do fascículo pelo Instituto Ethos *in* BOFF, 2003)

Nas palavras de Boff (2003: 9), “Responsabilidade é dar-se conta das conseqüências

que advêm de nossos atos”.

Sabendo-se que a ética está presente em todos e quaisquer relacionamentos que envolvem o ser humano, levá-la em consideração é uma necessidade também nos negócios.

Age eticamente e com responsabilidade social a empresa que: 1) respeita a dignidade de seus empregados, não os vendo como meros recursos; 2) não agride o meio ambiente; 3) não infringe os direitos do consumidor; 4) não compromete as necessidades, as utilidades e os interesses públicos quando objetiva usufruir benefícios fiscais; 5) valoriza verdadeiramente o seu quadro de pessoal, promovendo o seu desenvolvimento; 6) não coloca a busca do lucro acima da legitimidade e justiça dos interesses do homem e da sociedade.

#### 4. Notas

- <sup>1</sup> Utiliza-se o vocábulo “empresa” não sob o aspecto técnico de Direito Comercial, mas no sentido de entidade.
- <sup>2</sup> “[...] O valor de civilidade que mais nos faz falta é aceitar a alteridade. Que o outro seja entendido como outro, e se estabeleça um diálogo de mútuo aprendizado, de mútua escuta. [...]” (BOFF, 2003: 12).
- <sup>3</sup> Neste artigo, o vocábulo “organização” é empregado no sentido de entidade.
- <sup>4</sup> A propósito, sugere-se consultar COSTA, Wellington Soares da. Resgate da humanização no ambiente de trabalho. *Caderno de Pesquisas em Administração*, São Paulo: PPGA/FEA/USP, v. 09, n. 2, p. 13-23, abr./jun. 2002.
- <sup>5</sup> Palestra “A Vida é Relação”, ministrada pelo Prof. Dr. Roberto dos Santos Bartholo Júnior (docente da UFRJ) no Seminário de Integração “Sociedade e Sustentabilidade: Agora ou Nunca”, realizado na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – Campus de Vitória da Conquista, de 21 a 25/08/00, pelos mestrados em Desenvolvimento Sustentável (Mestrado Interinstitucional UnB/UESB). O Prof. Bartholo teceu comentários sobre o pensamento de Martin Buber.
- <sup>6</sup> Debate após a Palestra “Pela Sustentabilidade do Planeta, uma Nova Ética”, ministrada pelo Prof. Dr. Maurício Delamaro (docente da UNESP) no Seminário de Integração “Sociedade e Sustentabilidade: Agora ou Nunca”, realizado na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – Campus de Vitória da Conquista, de 21 a 25/08/00, pelos mestrados em Desenvolvimento Sustentável (Mestrado Interinstitucional UnB/UESB).
- <sup>7</sup> Não se faz aqui juízo axiológico acerca da economia informal, porém é tratado o tema sob a ótica objetiva.

#### 5. Referências

- ASSOCIAÇÃO DE DIRIGENTES CRISTÃOS DE EMPRESA DO BRASIL. **Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresa CE/UNIAPAC BRASIL**. Disponível em: <http://www.adce.org.br/cartprin.html>. Acesso em: 13 set. 2002.
- BASTOS, Celso Ribeiro. Ética no direito e na economia. In: MARTINS, Ives Gandra (Coord.). **Ética no direito e na economia**. São Paulo: Pioneira/Academia Internacional de Direito e Economia, 1999.
- BOFF, Leonardo. A ética e a formação de valores na sociedade. **Reflexão**, São Paulo: Instituto Ethos, ano 4, n. 11, p. 3-20, out. 2003. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 29 out. 2004.
- BURSZTYN, Marcel (Org.). **Ciência, ética e sustentabilidade**. São Paulo: Cortez; Brasília (DF): UNESCO, 2001.
- CAMPOS, Diogo Leite de. Ética, direito e ética empresarial. In: MARTINS, Ives Gandra (Coord.). **Ética no direito e na economia**. São Paulo: Pioneira/Academia Internacional de Direito e Economia, 1999.

CARAVANTES, Geraldo Ronchetti. **O ser total**: talentos humanos para o novo milênio. 3. ed. Porto Alegre: AGE, 2002.

ECO, Umberto. Quando o outro entra em cena, nasce a ética. **Reflexão**: diálogo sobre a ética. São Paulo: INSTITUTO ETHOS, ano 3, n. 6, p. 8-13, fev. 2002. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 12 ago. 2002.

MASLOW, Abraham Harold. **Maslow no gerenciamento**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

MATTAR, Helio. Os novos desafios da responsabilidade social empresária. **Reflexão**, São Paulo: Instituto Ethos, ano 2, n. 5, p. 7-22, jul. 2001. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 29 out. 2004.

PINEDO, Victor. Ética e valores nas empresas: em direção às corporações éticas. **Reflexão**, São Paulo: Instituto Ethos, ano 4, n. 10, p. 3-20, out. 2003. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 29 out. 2004.

PRADO, Ney. Parâmetros éticos da economia informal. In: MARTINS, Ives Gandra (Coord.). **Ética no direito e na economia**. São Paulo: Pioneira/Academia Internacional de Direito e Economia, 1999.

ROMÃO, Cesar. Empresa socialmente humanizada. **Acadêmica** – Revista Virtual de Administração e Negócios, [S.l.], ano 2, jul./set. 2001. Disponível em: <<http://www.terravista.pt/enseada/5831/index.html>>. Acesso em: 25 jul. 2002.

WALD, Arnoldo. A crescente importância da ética nos contratos e nos negócios societários. In: MARTINS, Ives Gandra (Coord.). **Ética no direito e na economia**. São Paulo: Pioneira/Academia Internacional de Direito e Economia, 1999.

ZOBOLI, Elma Lourdes Campos Pavone. A ética nas organizações. **Reflexão**: a ética nas organizações. São Paulo: Instituto Ethos, ano 2, n. 4, p. 5-18, mar. 2001. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 16 ago. 2002.