



RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS COMO UM DOS PILARES DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Jacqueline Malta Salim¹

RESUMO

O mundo contemporâneo foi cenário de profundas transformações nos campos político, econômico, social e cultural nas últimas décadas: novas tecnologias permitiram a comunicação em rede mundial e a difusão de informações, reduzindo distâncias geográficas e culturais entre os povos; a expansão transfronteiriça da atividade empresarial e a intensificação dos negócios internacionais contribuíram para a consolidação de uma economia de proporções globais; os índices de desenvolvimento humano apresentaram melhoras significativas nos países periféricos etc. Contudo as desigualdades sociais que ainda perduram neste modelo obrigam a uma reflexão com vistas a implementar um novo modelo, pautado no desenvolvimento sustentável. Para tanto, as empresas - forças motrizes da econômica de mercado - devem repensar seu papel na sociedade, investindo em novos processos de gestão que não apenas lhes tragam diferenciais competitivos no âmbito econômico, mas que criem valores para a sociedade. Preço e qualidade não bastam - são igualmente importantes a confiabilidade e a boa-fé, relacionamentos éticos com consumidores e fornecedores, produtos ambientalmente corretos, além da valorização de práticas ligadas à segurança dos funcionários e à preservação ambiental. Se é fundamental que a empresa cumpra sua função social, mostra-se, cada vez mais necessário, que exercite sua responsabilidade social, atendendo as expectativas sociais da comunidade em que se insere. Assim, é na responsabilidade social que o empresariado encontra a resposta para aumentar seu lucro e potencializar seu desenvolvimento de forma socialmente correta, ambientalmente sustentável e economicamente viável!

Palavras-chave: empresa-cidadã. Responsabilidade social. Desenvolvimento sustentável.

ABSTRACT

The contemporary world has been setting the stage of substantial changes in the political scenario, economic, social and cultural environment over the

¹ Discente do Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em Direitos Coletivos e Cidadania da Universidade de Ribeirão Preto - SP (UNAERP). Bolsista do Programa de Suporte à Pós-Graduação da CAPES (PROSUP). Especialista em Direito Tributário pelo Instituto Brasileiro de Estudos Tributários (IBET). Professora Universitária. Advogada.



most recent decades: new technologies enabled network communication and information broadcasting at global scale, reducing geographical and cultural distances among nations; cross-border expansion of business activity and the intensification of international trading contributed to the consolidation of an economy with global proportions; the human development indices have showed significant improvements in the peripheral countries. Albeit social inequalities still outlast in this model imposing a reflection in order to implement a new model, based on sustainable development. For both, businesses - one of the driving forces of market economy - should rethink their role in society by investing in new management models that not only bring them competitive advantages, but that create value for society. Price and quality are not only the main drivers, but also trustworthiness and good faith are equally important, ethical relationships standards with customers and suppliers, environmentally friendly products, likewise the appreciation of practices related to employee safety and environmental preservation. If it is critical that the company fulfills its social function, it shows increasingly necessary to exercise its social responsibility, meeting the social expectations of the community in which it operates. Thus, it is on social responsibility where relies the answer for businessmen to increase profits and stimulate development in a socially correct manner, environmentally sustainable and economically feasible!

Keywords: corporate citizen. Social responsibility. Sustainable development.

INTRODUÇÃO

A empresa é uma instituição relativamente nova no mundo econômico: nasceu com a Revolução Industrial, no século XIX, quando os comerciantes passaram a explorar, em sua atividade produtiva, as forças recém-descobertas ou inventadas, como a máquina a vapor, o petróleo e a eletricidade. Com o tempo, acentuaram-se as diferenças entre a incipiente empresa industrial e as primitivas atividades artesanais e as casas comerciais, em razão da complexidade das operações econômicas realizadas, da necessidade de um maior número de empregados e das inovações tecnológicas cada vez mais sofisticadas, que as primeiras exigiam.

Hoje, a empresa ocupa o núcleo fundamental da economia, sendo responsável não só pela produção de riquezas, mas atua, concomitantemente, como causa e consequência de várias mudanças ocorridas na sociedade moderna, como o



processo de urbanização, o incremento tecnológico, o aumento da produção para atender ao consumo de massa, a internacionalização da economia entre outras.

Aliás, o processo de globalização, alavancado pelo fim da Guerra Fria, na década de 1990, passou a exigir das empresas um alto grau de eficiência e competitividade, com a maximização dos lucros e a redução dos custos da cadeia produtiva. Esse *modus operandi*, traduzido pela busca de vantagens comparativas (como, por ex., a melhor localização para suas atividades em virtude de benefícios fiscais ou de mão de obra mais barata), gerou grande desconfiança da opinião pública em relação às empresas e, em especial, às multinacionais - vistas como uma classe privilegiada, capaz de atuar livremente em escala mundial de acordo unicamente com seus interesses.

O resultado desta visão essencialmente capitalista de gestão de negócios é a própria insustentabilidade do ciclo produtivo: o avanço tecnológico das indústrias modernas torna prescindível parcela da classe trabalhadora que, demitida, forma uma massa sem potencialidade para o consumo! Se a demanda cai, a produção também diminui e a recessão se estabelece. Deste modo, para sua própria subsistência, a empresa deve pôr em prática atividades diversas daquelas que, até pouco tempo, eram consideradas suficientes para a sua manutenção, como a produção de riquezas e a obtenção de lucro.

A empresa, neste ambiente altamente competitivo ocasionado pela globalização econômica, deve comprometer-se com interesses não apenas de seus sócios ou acionistas, mas dos próprios trabalhadores, garantindo-lhes melhor qualidade de vida e bem-estar - o que afeta, sobremaneira, a produtividade, bem como os interesses da comunidade ao seu entorno, tais como a proteção ao meio ambiente, o desenvolvimento de projetos sociais, o respeito ao consumidor etc.

A adoção de padrões de comportamento socialmente responsável pelas empresas, tanto nas matrizes quanto nas filiais, normalmente localizadas em países emergentes ou em desenvolvimento, poderá contribuir para mitigar as reações contrárias à globalização e seus efeitos negativos que refletem nas empresas, pois acarreta uma melhora na sua reputação frente ao governo e à própria opinião pública. Trata-se, pois, da reumanização da economia.



Assim, pretende-se, com este estudo, demonstrar em que medida a responsabilidade social das empresas pode influenciar no desenvolvimento sustentável de um país. Para tanto, será necessário, a princípio, apresentar uma nova concepção de empresa, consagrada pelo atual Código Civil brasileiro, que põs fim à distinção entre o empresário civil e o comercial, destacando a importância da atividade econômica organizada para a caracterização do empresário.

Em seguida, almeja-se esclarecer a distinção entre função social da empresa, relacionada ao cumprimento do objeto social para o qual foi criada em consonância com os princípios constitucionais da ordem econômica, e a responsabilidade social, que implica na interação voluntária da empresa com a comunidade ao seu entorno, com vistas à harmonização dos interesses empresariais com os da coletividade.

No próximo tópico, será abordada a prática da responsabilidade social como estratégia de governança corporativa, voltada para uma abordagem ética e responsável na gestão das empresas, que atenda aos interesses não apenas das pessoas diretamente vinculadas a elas, mas, também, àquelas afetadas indiretamente pelas corporações, sejam os consumidores, os fornecedores ou a própria sociedade. Neste contexto, será importante a análise da cidadania empresarial, que traz um novo papel para as empresas na sociedade moderna.

Por fim, com o intuito de apresentar alternativas à crise no atual modelo de crescimento econômico, passa-se a discorrer sobre uma nova concepção de desenvolvimento baseada na sustentabilidade e as estratégias que empresas podem adotar para enfrentarem as dificuldades decorrentes da globalização da economia e da alta competitividade do mercado.

Destaca-se, ainda, que foi utilizado, na interpretação e análise das informações, o método dedutivo como forma de reflexão coerente e lógica. Além de consistente bibliografia, recorreu-se a diversos artigos publicados em revistas especializadas e boletins jurídicos, inclusive aquelas divulgados via Internet. Trata-se, pois, de um tema de grande relevância teórica para os estudiosos do Direito e de outras áreas de Humanas, bem como de relevância prática para empresários e gestores, o que justifica a realização da pesquisa.



1 NOVA CONCEPÇÃO DE EMPRESA NA ECONOMIA GLOBALIZADA

O Código Civil brasileiro de 2002 contemplou a Teoria da Empresa, que não mais distingue o empresário civil do comercial, caracterizando ambos como a pessoa física (exercício individual da atividade empresarial) ou jurídica (sociedade empresária, à luz do art. 982) que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou de serviços (art. 966). Ademais, não se considera empresário quem exerce profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, ainda com o concurso de auxiliares ou colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento de empresa (parágrafo único do art. 966).

Adalberto Simão Filho² ressalta a importância de se estabelecer a determinação semântica da expressão **elemento de empresa**. Para o autor, ela implica na análise dos elementos específicos da empresa que formam o atributo do **estabelecimento empresarial**³ ou **fundo de comércio**, isto é, a universalidade de bens corpóreos ou incorpóreos (chamados de *azienda mercantil*) organizados pelo empresário ou sociedade empresária para um fim produtivo. Logo, constatados tais atributos, o exercício da profissão intelectual poderá ser caracterizado como atividade empresarial, sujeitando-se à normativa correlata.

A despeito das discussões acerca de ser a empresa sujeito ou objeto de direito, entendemos que ela deva ser vista como uma **atividade em movimento**: é a organização dos diversos fatores de produção - alguns de natureza dinâmica (como a coordenação e o profissionalismo), outros de natureza estática (como a *azienda* e o aviamento) - pelo empresário individual ou pela sociedade empresária, com vistas a produzir bens e prestar serviços da forma economicamente mais eficiente.

² SIMÃO FILHO, Adalberto. A nova empresarialidade. **R. Curso Dir. Cent. Univ. Fac. Metrop. Unidas – UNIFMU**, São Paulo, a. 17, n. 25, 2003, p. 13-20.

³ Art. 1.142. Considera-se estabelecimento todo complexo de bens organizado, para exercício da empresa, por empresário, ou por sociedade empresária.



Estabelecidas estas premissas, cabe agora indagar se a atividade empresarial coincide com a busca pelo lucro, isto é, a empresa sempre tem uma finalidade lucrativa?

Embora a maioria responda afirmativamente a esta pergunta, alguns autores ousam discordar do consenso geral. Oscar Barreto Filho, em 1973, já entendia que tal posição restava superada, ao fazer a correta distinção entre **lucro**, enquanto um dos resultados econômicos possíveis do exercício da atividade empresarial, e **a própria finalidade da empresa**. São seus os dizeres:

Muitos autores caracterizam a empresa privada como tendo por finalidade específica o lucro, o que não se afigura correto. Esta conceituação está superada, porque o lucro é antes um resultado da atividade empresarial, e não uma finalidade em si. Decorre o lucro da diferença entre rendimento auferido em determinado período e as despesas oriundas dos fatores produtivos na realização do processo econômico da criação de bens ou prestação de serviços... O lucro constitui índice de vitalidade e condição de eficiência e não uma característica inerente à empresa. O espírito de lucro pode ser móvel psicológico do empresário, não porém a finalidade da própria empresa⁴.

Deste modo, pode haver empresa sem finalidade lucrativa, como uma *holding* constituída para administrar determinado tipo de patrimônio ou viabilizar um planejamento patrimonial familiar, de forma a disciplinar a sucessão e o modo de alienação de cotas sociais, ou ainda, empresas criadas com objetivos de investimentos artísticos, ambientais, culturais ou de qualquer outra forma de auxílio comunitário. Pode-se afirmar que as empresas sempre almejam um resultado, mas nem sempre ele é de natureza econômica ou financeira.

E mais, a busca de resultados sociais não prejudica a lucratividade das empresas, ao contrário, algumas pesquisas⁵ têm demonstrado que a adoção de práticas consideradas socialmente responsáveis pode ser utilizada pelas organizações como um instrumento de *marketing* interno (fortalecendo o comprometimento dos funcionários) e externo (em relação aos clientes), resultando, inclusive, em acréscimo de lucro.

⁴ Apud SIMÃO FILHO, Adalberto. Op. cit. p. 28.

⁵ PINTO, Marcelo de Rezende; LARA, José Edson. A cidadania corporativa como uma orientação de marketing: um estudo no varejo. **Revista de Administração de Empresas**, Minas Gerais – edição especial, v. 44, p. 48-60, 2004.



Em suma, o objetivo primordial da empresa continua a ser o de produzir bens e prestar serviços em condições eficientes; também não podemos olvidar o propósito dos gestores em maximizar os lucros para os *shareholders* (sócios e acionistas). Contudo, o papel das empresas na economia global consiste em gerar riquezas num sentido mais amplo, que podem ser traduzidas em conhecimento, tecnologia, empregos, infraestrutura e, até mesmo, valores intangíveis e de caráter universal, como a preservação do meio ambiente, o desenvolvimento sustentável, a dignidade no trabalho e a defesa do consumidor.

2 NECESSÁRIA DISTINÇÃO ENTRE FUNÇÃO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS

Cada empresa representa um universo, integrado não apenas pelas pessoas a seu serviço direto, mas também pelos fornecedores, consumidores, investidores, empresas concorrentes e o mercado em geral. As decisões adotadas pelos administradores ultrapassam o âmbito da organização para projetar-se nos campos familiar e social. Logo, a existência deste **poder empresarial**, de tão extraordinário relevo na sociedade moderna, importa necessariamente em uma contrapartida: o **dever social da empresa**.

Alfredo Lamy Filho, ao fundamentar a correlação entre poder e responsabilidade da empresa nas esferas econômica e social, os condicionou ao atendimento do interesse público, que a todos cabe respeitar:

A satisfação desses deveres e responsabilidades há que traduzir-se na busca atenta e permanente da conciliação do interesse empresarial com o interesse público; no atendimento aos reclamos da economia nacional como um todo, na identificação da ação empresarial com as reivindicações comunitárias – numa palavra, na observância de ética empresarial, que, afinal, é o que distingue o aventureiro do empresário. Mas ainda, o dever social da empresa é, também, um compromisso permanente com a reumanização da economia⁶.

⁶ LAMY FILHO, Alfredo. A função social da empresa e o imperativo de sua reumanização. **Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro, v. 190, out./dez. 1992. p. 58-59.



Feitas estas considerações, torna-se oportuno distinguir os conceitos de **função social** e **responsabilidade social** das empresas, pois embora sejam correlatos, possuem certas particularidades.

Fábio Konder Comparato⁷, numa das discussões pioneiras acerca da função social da propriedade, na década de 1980, pontuava as seguintes questões: as restrições legais ao uso e gozo dos bens próprios ou de consumo não se confundem com função social da propriedade; esta caracteriza-se, em relação aos bens produtivos, como o poder-dever positivo do proprietário de dar à coisa uma destinação compatível como interesse da coletividade, e não ao interesse do próprio *dominus*; e isto não significa que não possa haver harmonização entre um e outro.

Logo, não haveria que se falar em função social da propriedade dos bens de consumo, destinados ao uso pessoal, mas apenas quanto aos bens de produção, por serem fonte de riqueza da sociedade. E mais, a função social não retirava a liberdade do indivíduo de agir em seu próprio interesse, mas impunha através de deveres um sacrifício em benefício da sociedade. Por fim, conclui o autor que a harmonização entre os interesses empresariais e o interesse da coletividade local, regional ou nacional poderia ser alcançada quando a ordem econômica e social estiver fundada no **princípio do planejamento democrático**:

Tal significa uma planificação em que os objetivos são conscientemente definidos pelos representantes legítimos dos diferentes grupos sociais, e em que a elaboração dos meios técnicos a serem empregados compita a autoridades independentes do Poder Executivo; uma planificação vinculante para o Estado e diretiva da atividade econômica privada⁸.

Todavia, em artigo mais recente (de 1996), ao tratar especificamente da função social da empresa, Fábio Konder Comparato parece rever sua posição e defende que tal conceito seria nulo, sob o argumento de que as disposições do parágrafo único do art. 116⁹ da Lei das Sociedades por Ações (Lei n. 6.404/1976) consistem em deveres negativos do empresário em relação aos múltiplos interesses da

⁷ COMPARATO, Fábio Konder. Função social da propriedade dos bens de produção. **Revista de Direito Mercantil**, n. 63, p. 71-79, 1986.

⁸ COMPARATO, Fábio Konder. Op. cit. p. 78.

⁹ Art. 116. Parágrafo único. O acionista controlador deve usar o poder com o fim de fazer a companhia realizar o seu objeto e cumprir sua função social, e tem deveres e responsabilidades para com os demais acionistas da empresa, os que nela trabalham e para com a comunidade em que atua, cujos direitos e interesses deve lealmente respeitar e atender.



comunidade em que a companhia atua e que, fora o rol de direitos trabalhistas previstos no art. 7º da Constituição Federal, o empresário não estaria sujeito a quaisquer outros deveres positivos. Vejamos o que afirma:

É imperioso reconhecer, por conseguinte, a incongruência em se falar numa função social das empresas. No regime capitalista, o que se espera e exige delas é, apenas a eficiência lucrativa, admitindo-se que, em busca do lucro, o sistema empresarial como um todo exerça a tarefa necessária de produzir ou distribuir bens e de prestar serviços no espaço de um mercado concorrencial. Mas é uma perigosa ilusão imaginar-se que, no desempenho dessa atividade econômica, o sistema empresarial, livre de todo controle dos Poderes Públicos, suprirá naturalmente as carências sociais e evitará os abusos; em suma, promoverá a justiça social¹⁰.

Data venia, a posição do grande mestre até se justificaria à época, em que a função social da empresa parecia surgir como mais uma tese para justificar o abandono, pelo Estado, das políticas sociais em prol da estabilidade monetária e do equilíbrio das finanças públicas, mas resta hoje desatualizada.

Atualmente, têm-se como parâmetro para a construção dos deveres positivos relacionados à função social da empresa os princípios constitucionais da ordem econômica¹¹, assentada sob o trabalho e o capital. O Estado permite o livre exercício da atividade econômica, desde que o exercício desta liberdade atenda uma função social: a de assegurar a todos os indivíduos uma existência digna, conforme os ditames da justiça social.

Ressalta-se que o cumprimento da função social está vinculado ao objeto social da empresa porque ali está delimitada a sua função econômica, ou seja, só é

¹⁰ COMPARATO, Fábio Konder. Estado, empresa e função social. **RT/Fasc. Civ.**, ano 85, v. 732, out. 1996. p. 45.

¹¹ Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

I - soberania nacional;

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade;

IV - livre concorrência;

V - defesa do consumidor;

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;

VII - redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII - busca do pleno emprego;

IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País.



possível exigir, com fundamento na função social, o cumprimento de deveres para os quais a empresa foi criada¹².

Quanto à **responsabilidade social das empresas**¹³, seu conceito evoluiu da mera filantropia, fruto da benemerência do empresário que realizava doações ocasionais, a um processo de interação voluntária da empresa com os interesses da comunidade ao seu entorno – os *stakeholders*¹⁴.

Francisco Paulo de Melo Neto e César Froes¹⁵ apontam sete vetores que direcionam o processo de gestão empresarial para o fortalecimento da dimensão social da empresa:

- a) apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua;
- b) preservação do meio ambiente;
- c) investimento no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável;
- d) comunicações transparentes;
- e) retorno aos acionistas;
- f) sinergia com os parceiros;
- g) satisfação dos clientes com os consumidores.

E como bem sintetiza Patrícia Almeida Ashley, a responsabilidade social corporativa pode ser traduzida no:

Compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização, nesse sentido, assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos. Assim,

¹² TOMASEVICIUS FILHO, Eduardo. A função social da empresa. **RT**, São Paulo, Ano 92, v. 810, abr. 2003. p. 48-49.

¹³ Usaremos como sinônimo as expressões: responsabilidade social nos negócios, responsabilidade social corporativa, responsabilidade social empresarial ou das empresas.

¹⁴ *Stakeholders* é um termo que teve origem com o lançamento da obra *Strategic management: a stakeholder approach*, de R. E. Freeman (1984), sendo utilizado para referir-se às partes direta ou indiretamente interessadas na criação de riquezas pela empresa e que não são coincidentes com os acionistas e credores. São funcionários, clientes, fornecedores, organizações não-governamentais e comunidade na qual a organização está inserida.

¹⁵ MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial**: a administração do Terceiro Setor. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 1999.



numa visão expandida, responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade¹⁶.

Em suma, a **função social** refere-se apenas às atividades econômicas desenvolvidas pelo empresário ou pela sociedade empresária, consubstanciadas no objeto social da empresa e exigíveis pela imposição de deveres jurídicos ao titular desse direito, enquanto a **responsabilidade social** consiste no cumprimento de obrigações morais que, tradicionalmente, competem ao Estado, mas que passam a ser executadas pelas empresas, ou ao menos são exigidas delas, em razão de seu papel na sociedade. Uma é um poder-dever e a outra, uma faculdade.

3 “CIDADANIA EMPRESARIAL” COMO BOA PRÁTICA DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Governança é um conceito difuso que pode ser aplicado tanto ao sistema de gestão de empresas (governança corporativa), quanto à gestão compartilhada das responsabilidades relativas à preservação dos recursos naturais (governança ambiental) ou, ainda, aos meios de combate ao suborno e à corrupção no âmbito do funcionalismo público (governança pública).

A **governança corporativa**¹⁷ caracteriza-se pelo conjunto de práticas relacionadas, principalmente, à transparência, à equidade de tratamento dos acionistas, à prestação de contas (*accountability*) e à obediência às leis (*compliance*), cuja finalidade é melhorar o processo de tomada de decisões numa companhia, visando proteger os interesses de todas as partes envolvidas (os *stakeholders*), e não somente dos sócios ou acionistas (*shareholders*). Seu objetivo é assegurar aos sócios-

¹⁶ ASHELEY, Patrícia de Almeida (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003. p. 6-7.

¹⁷ Segundo o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), governança corporativa é “o sistema pelo qual as organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo as práticas e os relacionamentos entre proprietários, conselho de administração, diretoria e órgãos de controle. As boas práticas de Governança Corporativa convertem princípios em recomendações objetivas, alinhando interesses com a finalidade de preservar e otimizar o valor da organização, facilitando seu acesso ao capital e contribuindo para a sua longevidade.” Disponível em: <<http://www.ibgc.org.br/inter.php?id=18161>>. Acesso em: 5 dez. 2014.



proprietários o controle estratégico da empresa e a efetiva monitoração da diretoria executiva, bem como obter a confiança dos investidores com a redução dos riscos, a fim de facilitar o acesso ao capital de terceiros.

A governança não se limita a promover o funcionamento mais eficiente das instituições, busca antes aperfeiçoar o comportamento das pessoas físicas e jurídicas¹⁸, estando intimamente relacionada a abordagens morais e éticas. Por exemplo, imagine duas empresas que produzam determinado produto de maneira eficiente, mas uma delas emprega trabalho infantil e, por isso, seus custos são menores; sob a perspectiva da governança, a que utiliza o trabalho infantil estaria em desvantagem com relação à que não utiliza, pois o custo social do emprego de mão de obra infantil anularia qualquer vantagem comparativa.

Dentro deste conceito amplo de governança corporativa, pode ser incluída a **cidadania empresarial**, entendida como “um conjunto de princípios e sistemas de gestão destinados à criação ou preservação de valor para a sociedade.”¹⁹ Uma empresa-cidadã é aquela que tem como diferenciais competitivos a atuação na área social, melhorando simultaneamente a qualidade de vida de seus empregados, de suas famílias e da comunidade em que está inserida. Isto porque, no mundo contemporâneo, as empresas passam a ser vistas não apenas como centros de produção, mas como agentes sociais responsáveis pelo desenvolvimento sustentado da sociedade e da economia em longo prazo.

Pode-se dizer que o exercício da cidadania empresarial é resultante das ações de gestão interna e externa de responsabilidade social²⁰. A **responsabilidade social interna** focaliza o público interno da empresa, isto é, seus funcionários e dependentes, e visa motivar aqueles a terem um melhor desempenho e produtividade em resposta a ações como programas de treinamento e capacitação, financiamento de cursos externos visando maior qualificação profissional, assistência médica, odontológica, alimentar e de transporte.

¹⁸ ALVES, Lauro Eduardo Soutello. Governança e cidadania empresarial. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 41, n. 4, out./dez. 2001. p. 81.

¹⁹ ALVES, Lauro Eduardo Soutello. Op. cit. p. 81.

²⁰ Neste sentido, TOMASEVICIUS FILHO, Eduardo. Op. cit. p. 47. e MELO NETO, Francisco Paulo; FROES, César. Op. cit. p. 85-89.



Já a **responsabilidade social externa** corresponde ao desenvolvimento de ações sociais que beneficiem a comunidade em que a organização está inserida, como por exemplo: a doação de produtos, equipamentos e materiais, a transferência de recursos em regime de parceira para órgãos públicos e organizações não-governamentais (ONGs), aplicações de recursos em atividades de preservação do meio ambiente, o patrocínio de projetos sociais do governo ou investimentos diretos em projetos sociais criados pela própria empresa.

Um tímido exemplo de política pública para a promoção da cidadania empresarial é a criação do **Programa Empresa Cidadã**, pela Lei n. 11.770/2008, destinado à prorrogação da licença-maternidade, prevista no inciso XVIII do art. 7º da Constituição Federal²¹, por 60 (sessenta) dias (art. 1º da referida lei). A prorrogação será garantida à empregada da pessoa jurídica que aderir ao Programa, desde que a empregada a requeira até o final do primeiro mês após o parto, e concedida imediatamente após a fruição da licença-maternidade (§ 1º do art. 1º), sendo garantida, na mesma proporção, também à empregada que adotar ou obtiver guarda judicial para fins de adoção de criança (§ 2º do art. 1º). A pessoa jurídica que aderir ao Programa poderá deduzir do imposto devido, em cada período de apuração, o total da remuneração integral da empregada pago nos 60 (sessenta) dias de prorrogação de sua licença-maternidade (art. 5º).

Enfim, a empresa que atua de forma socialmente responsável, em cumprimento aos princípios da cidadania empresarial, participa de um processo produtivo que agrega valor social e se mostra mais sustentável em longo prazo. Uma ação social bem conduzida melhora a reputação da empresa frente ao governo, aos cidadãos, consumidores, fornecedores e até concorrentes. Esta posição de destaque na sociedade é fator decisivo na autopreservação empresarial, sobretudo num cenário de competição acirrada como o atual.

²¹ Consoante o inciso XVIII do art. 7º da CF/88, a gestante tem direito à licença, sem prejuízo do emprego e do salário, com a duração de 120 (cento e vinte) dias. Com a prorrogação da duração da licença-maternidade por mais 60 (sessenta) dias, o período de afastamento totaliza 180 (cento e oitenta) dias.



4 RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: UMA SIMBIOSE²² POSSÍVEL?

A responsabilidade social corporativa requer, como premissa para sua aplicabilidade, uma nova concepção de empresa, voltada à geração de riquezas e de valor para toda a sociedade. Organizações em todo o mundo têm repensado seu *modus operandi* na busca por formas mais eficientes, racionais e responsáveis de atuação, tendo em vista que o antigo modelo de crescimento econômico da era industrial tornou-se insustentável, sobretudo porque os recursos naturais estão, cada vez mais, escassos.

Ademais, a expansão de novas tecnologias de difusão da informação e da comunicação em escala global aliada à melhoria do nível educacional da população fizeram surgir um novo mercado consumidor, mais esclarecido e exigente, que passou a pressionar as empresas para adotarem um modelo de atuação mais responsável e comprometido com o combate aos desequilíbrios socioambientais. Muitas delas têm se engajando **voluntariamente** em causas sociais como estratégia de sobrevivência a longo prazo, pois constituem uma forma de se diferenciarem de seus concorrentes e conquistarem os consumidores.

Neste contexto, assume grande relevância a noção de **desenvolvimento sustentável**. A expressão resulta do trabalho realizado pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (UNCED), criada na década de 1980 pela Organização das Nações Unidas (ONU) para discutir e propor meios de harmonizar atividade econômica e conservação ambiental. A Comissão reuniu suas conclusões no documento intitulado *Our Common Future*, mais conhecido como Relatório Brundtland²³, em que define **desenvolvimento sustentável** como “a forma como as atuais gerações satisfazem as suas necessidades no presente sem, no entanto,

²² Segundo o Dicionário Houaiss, simbiose é a “1. *eco.* interação entre organismos de diferentes espécies que vivem juntos, em associação estreita. 2. *fig.* associação íntima entre duas pessoas.” Utilizamos o termo, neste trabalho, para ressaltar a inter-relação possível entre a responsabilidade social das empresas e o desenvolvimento sustentável. Disponível em: <<http://houaiss.uol.com.br/busca?palavra=simbiose>>. Acesso em: 05 dez. 2014.

²³ Em razão do nome do presidente da Comissão: Gro Harlem Brundtland



comprometer a capacidade de as gerações futuras satisfazerem suas próprias necessidades.”²⁴

A princípio, a questão ecológica foi o cerne do desenvolvimento sustentável, cuja origem remonta aos debates em torno do **ecodesenvolvimento** realizados durante a Conferência sobre o Meio Ambiente em Estocolmo, em 1972, focada somente na preservação ambiental. No entanto, em uma Conferência realizada em Chapel Hill, nos Estados Unidos, em 1999, resolveu-se ampliar o conceito de desenvolvimento sustentável, adicionando-se, também, o enfoque econômico e social, de modo a englobar não apenas a preocupação com a utilização racional dos recursos naturais, mas, ainda, a atuação mais ética das empresas na sociedade.

Portanto, a interligação entre meio ambiente, economia, tecnologia, política, organizações privadas e sociedade deu origem ao **triple bottom line** (ou os três pilares básicos do desenvolvimento sustentável), que são: o **ambiental**, o **econômico** e o **social**. Segundo Franz Josef Brüzke, o conceito de desenvolvimento sustentável tem uma conotação extremamente positiva e ampla aceitação:

Tanto o Banco Mundial, quanto a UNESCO e outras entidades internacionais adotaram este conceito para marcar uma **nova filosofia do desenvolvimento que combina eficiência econômica com justiça social e prudência ecológica**. Esse tripé do desenvolvimento sustentável virou fórmula mágica, que não falta em nenhuma solicitação de verbas para projetos de natureza mais variada no campo eco-sócio-econômico dos países e regiões do nosso “velho” Terceiro Mundo²⁵. (grifamos)

Destarte, a atuação das empresas na dimensão econômica traduz-se pela geração de empregos, realização de investimentos financeiros e pagamento de impostos ao Estado. A dimensão ambiental refere-se à atuação das organizações no campo da educação ambiental, da tecnologia de sistemas de preservação ambiental e garantia da qualidade em proteção ambiental, como, por ex., a obtenção do certificado ISSO 14000. Já a atuação social da empresa implica no respeito aos direitos trabalhistas e dos consumidores, no bom relacionamento com seus fornecedores, no envolvimento nas ações de interesse da comunidade, na avaliação de desempenho de

²⁴ COLOMBO, Bruna Armonas. Conceito de desenvolvimento sustentável. In: **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis e Instituto Ethos, 2006. v. 5. p. 17.

²⁵ BRÜZEKE, Franz Josef. **O problema do desenvolvimento sustentável**. 1993. Disponível em: <<http://www.naea.ufpa.br/naea/novosite/paper/54>>. Acesso em: 20 nov. 2014. p. 09.



seus empregados e reconhecimento de seus esforços e competências por meio de incentivos etc.

Logo, não basta às empresas atuarem somente nas áreas econômica e ambiental - devem assumir um papel ativo na melhoria das condições sociais, contribuindo com a educação, o oferecimento de oportunidades e a distribuição de renda não de forma assistencialistas, mas a fim de garantir a sustentabilidade das próprias comunidades. Ao incluir em seu planejamento estratégico políticas ambientais e sociais, as empresas acabarão por usufruir os benefícios destas ações, representados por melhores resultados a médio e longo prazo, e podem até colaborar para a estabilidade de um país ou região, confirmando sua importante missão na sociedade contemporânea.

CONCLUSÃO

O aumento da complexidade dos negócios e da competitividade entre as empresas, em decorrência do processo de globalização e da revolução tecnológica, bem como a maior conscientização do consumidor refletida na busca por produtos ecologicamente corretos e práticas que propiciem ganhos à sociedade, levou os empresários a investirem em novas estratégias de gestão, capazes de não só aumentar os lucros e potencializar seus negócios, mas também de atender às expectativas e interesses dos diversos *stakeholders*. Esta tarefa não é fácil, pois se trata de um grupo heterogêneo, com reivindicações diversas e até mesmo contraditórias.

A adoção de práticas socialmente responsáveis, como o respeito aos direitos dos empregados e dos consumidores, a boa relação com os fornecedores e o envolvimento nas ações de interesse da comunidade em que se encontra, pareceu ser uma resposta considerável no sentido de desenvolver vantagens competitivas que viabilizem as atividades das empresas à medida que as aproximam de seus públicos interno e externo. Com isso, atingem não só seus objetivos societários, como também atuam na dimensão social do desenvolvimento sustentável.



Nesta pesquisa, após distinguir função social de responsabilidade social da empresa, relegando aquela aos deveres legais impostos ao empresário ou à sociedade empresária, com fulcro no art. 170 da Constituição Federal, concluímos que a responsabilidade social, apesar de ser uma faculdade, tem se tornado uma estratégia necessária do empresariado para atender aos reclamos da opinião pública. Seria uma forma de **prestação de contas de seu desempenho à sociedade**, em razão dos recursos - naturais, financeiros, tecnológicos e humanos (força de trabalho) - que utiliza para a consecução de suas atividades, bem como em virtude da influência que a empresa exerce sob a vida de todos ao seu redor.

A responsabilidade social, definida como o relacionamento ético da empresa com os *stakeholders*, o respeito às questões ambientais e o investimento em ações sociais, integra uma nova postura de compromisso com a promoção da cidadania e o desenvolvimento sustentável - a chamada **cidadania empresarial**. O *status* de empresa-cidadã constitui um importante instrumento de *marketing* para as organizações, pois o reconhecimento de sua atuação na área social gera o respeito e a admiração por parte dos consumidores, além de um maior comprometimento e orgulho por parte dos funcionários.

A cidadania empresarial, por sua vez, se enquadra no contexto mais amplo da governança corporativa, que são as práticas de gestão adotadas pelas empresas com o objetivo de aperfeiçoar seu desempenho, maximizando os resultados socioeconômicos de sua atuação, e proteger os direitos de todas as partes interessadas. Acreditamos que esta nova performance empresarial tem muito a contribuir para o desenvolvimento sustentável, proporcionando o crescimento econômico, mas, também, a divisão mais justa das riquezas.

REFERÊNCIAS

ALVES, Lauro Eduardo Soutello. Governança e cidadania empresarial. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 41, n. 4, p. 78-86, out./dez. 2001.



ARNOLDI, Paulo Roberto Colombo; MICHELAN, Taís Cristina de Camargo. Novos enfoques da função social da empresa numa economia globalizada. **Revista de Direito Mercantil**, n. 117, p. 157-162, 2000.

ASHLEY, Patrícia de Almeida (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

BRÜZEKE, Franz Josef. **O problema do desenvolvimento sustentável**. 1993. Disponível em: <<http://www.naea.ufpa.br/naea/novosite/paper/54>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

CESAR, Monica de Jesus. **Empresa-cidadã: uma estratégia de hegemonia**. São Paulo: Cortez, 2008.

COLOMBO, Bruna Armonas. Conceito de desenvolvimento sustentável. In: **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis e Instituto Ethos, 2006. v. 5.

COMPARATO, Fábio Konder. Função social da propriedade dos bens de produção. **Revista de Direito Mercantil**, n. 63, p. 71-79, 1986.

_____. Estado, empresa e função social. **RT/Fasc. Civ.**, ano 85, v. 732, p. 38-46, out. 1996.

LAMY FILHO, Alfredo. A função social da empresa e o imperativo de sua reumanização. **Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro, v. 190, p. 54-60, out./dez. 1992.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do Terceiro Setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 1999.

NUNES, Cristina Brandão. **A ética empresarial e os fundos socialmente responsáveis**. Porto: Vida Económica, 2004.



PINTO, Marcelo de Rezende; LARA, José Edson. A cidadania corporativa como uma orientação de marketing: um estudo no varejo. **Revista de Administração de Empresas**, Minas Gerais – edição especial, v. 44, p. 48-60, 2004.

SIMÃO FILHO, Adalberto. A nova empresarialidade. **R. Curso Dir. Cent. Univ. Fac. Metrop. Unidas – UNIFMU**, São Paulo, a. 17, n. 25, p 11-51, 2003.

_____; PEREIRA, Sérgio Luiz. **A empresa ética em ambiente ecoeconômico**. A contribuição da empresa e da tecnologia da automação para um desenvolvimento sustentável inclusivo. São Paulo: Quartier Latin, 2014.

TOMASEVICIUS FILHO, Eduardo. A função social da empresa. **RT**, São Paulo, Ano 92, v. 810, p. 33-50, abr. 2003.

TRENTINI, Flávia. O novo conceito de empresa. **RT Fasc. Civ.**, ano 92, v. 813, p. 11-25, jul. 2003.