



Responsabilidade e reciprocidade no âmbito empresarial: a empresa como agente de transformação social

Mauro Matias Ruiz

Faculdade Antonio Meneghetti – mauro@supertratores.com

André Kohl

Faculdade Antonio Meneghetti – prof.andrekohl@faculdadeam.edu.br

Eixo Temático: Educação para a Economia Verde e para o Desenvolvimento Sustentável

Resumo: A empresa politicamente correta atua em consonância com os conceitos de sustentabilidade e função social, assumindo importante papel na transformação social, numa época em que o Estado não consegue alcançar o desenvolvimento humano. Nesse contexto, a atuação da empresa no círculo reciprocidade-responsabilidade-reciprocidade traz o crescimento para si e para o ambiente em que está inserida.

Palavras-chave: empresa, sustentabilidade, desenvolvimento, responsabilidade, reciprocidade.

Responsibility and reciprocity in the business: the company as an agent of social transformation

Abstract: The politically correct company acts in consonance with the concepts of sustainability and social function, taking over an important part in social transforming, in an age when the State isn't able to reach de human development. In this context, the acting of the company into the circle reciprocity-responsibility-reciprocity brings the growing for itself and for the ambient in which the company is inserting.

Keywords: company, sustainability, development, responsibility, reciprocity.

1 Introdução

O presente trabalho foi elaborado através da metodologia da pesquisa bibliográfica, pois as informações que o basearam foram retiradas de obras tais como livros. Para isso, considera-se que:

A pesquisa bibliográfica procura explicar um tema a partir de referências teóricas, publicadas em artigos, livros, dissertações e teses. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Em ambos os casos, busca-se conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado sobre determinado assunto, tema ou problema (CERVO, BERVIAN e SILVA, 2007, p. 60).

Para tanto, o objetivo deste trabalho consiste em tecer breves considerações acerca da responsabilidade social da empresa e da reciprocidade.

Nos dias de hoje o ser humano é visto, muitas vezes, como usufrutuário dos recursos que utiliza para sua sobrevivência, não como dono dos mesmos. Assim, possui, ao mesmo tempo, o direito de explorá-los e a obrigação de conservá-los para as gerações futuras. Decorrente disso surgem os conceitos de sustentabilidade e de função social, associados à atividade empresarial contemporânea politicamente correta.

Muito mais amplo do que o próprio conceito de desenvolvimento, o “desenvolvimento sustentável”, por sua vez, traz consigo o encargo da responsabilidade pela permanência e conservação dos recursos, possibilitando, assim, que as futuras gerações possam continuar com essa perspectiva quando chegar a sua vez de atuar na criação e no consumo de produtos e serviços.

O conceito de sustentabilidade deve considerar também o fator social, o elemento humano, o aspecto mais peculiar na vida de uma empresa, seja dentro dela, como recurso de trabalho, seja fora dela, no ambiente por ela composto, integrado pela comunidade onde atua.

Uma “organização sustentável”, nessa mesma linha, é o produto de uma visão sistêmica da empresa, isto é, ela não só deverá servir como fonte de lucro aos seus acionistas, mas também tem um papel a desempenhar perante toda a sociedade e os parceiros organizacionais (*stakeholders*).

A função social da empresa é uma espécie de encargo para com a sociedade, a obrigação de gerar desenvolvimento não só dentro do âmbito compreendido pela organização, mas também para que tal desenvolvimento floresça ao seu redor, alcançando também os demais indivíduos atingidos pelo seu funcionamento.

Desse modo, a empresa fica no centro de uma gama de elementos composta por empregados, consumidores, acionistas, concorrentes, instituições financeiras e legais, governo, comunidade e diversos outros grupos sobre os quais irradia efeitos, direta ou indiretamente.

Conforme foi visto, a empresa compõe um sistema do qual é parte integrante e atuante como força de transformação e deve direcionar parte dos seus esforços para a manutenção e melhoramento do ambiente social.



Cada vez mais esse é o comportamento esperado de uma empresa. Os atos de gestão devem ser compreendidos como capazes de desencadear consequências muito além do próprio resultado imediato, e muito além também da própria organização: uma decisão, por mais simples que seja, afeta a comunidade em que a empresa se insere e, de acordo com o seu impacto sobre a opinião pública, afeta, em retorno, a imagem da empresa perante a sociedade, o que pode trazer reflexos na valorização de suas ações no mercado de valores.

2 Fundamentação Teórica

Santos (2007) enfatiza que “o grande resultado é a demonstração de que a boa gestão não é sacrificada pela ação cidadã da empresa. Pelo contrário, empresas com forte atuação nos focos socioambientais podem ter, e algumas têm, forte desempenho empresarial” (SANTOS, 2007, p. 96).

Porém, não só em função da própria imagem e dos próprios resultados deve se pautar o comportamento socialmente responsável da empresa – mesmo que seja inegável que há retorno financeiro sobre as práticas sustentáveis, quando estas se dão de forma planejada. Tal posicionamento precisa ser espontâneo e objetivar o desenvolvimento social ao seu redor, investindo parte de seu capital em práticas sociais que tragam resultados efetivos no sentido de melhorar o ambiente e preparar a comunidade em que atua para o desenvolvimento global.

A visão monetarista de que só o lucro importa cede lugar a uma visão mais responsável, seja legalmente, cumprindo os ditames da lei, seja eticamente, evitando causar danos e agindo com correção ética; ou mesmo de forma proativa, atuante, com a empresa agindo de forma a melhorar efetivamente o ambiente social em que está inserida, através de investimentos na área social.

Tais investimentos podem ser voltados para as áreas da educação, da qualificação para o trabalho, para a geração de renda e autossuficiência, para a inserção social de um determinado grupo vulnerável, dentre outros. Direta ou indiretamente, podemos observar que o retorno para a própria empresa será natural. Aí se opera o fenômeno da reciprocidade, de que falaremos, adiante, um pouco mais.



No Brasil, assim como em todos os países de modelo de governo neoliberalista, o crescimento econômico do fim do séc. XX não veio acompanhado pela mesma escala de desenvolvimento social e humano. Pelo contrário, a desigualdade e a concentração de riqueza só aumentaram enquanto a economia andava de acordo com as leis do mercado.

Na tentativa de diminuir a pobreza e conceder alguma dignidade à população mais carente, há diversas políticas públicas governamentais em ação na atualidade, porém estas bastam, quando muito, somente para a manutenção da sobrevivência e para tentar conter o risco de que a pobreza extrema conduza a outros problemas, como o aumento da criminalidade, por exemplo.

Isto é, não há espaço para crescimento e desenvolvimento humano na maioria das políticas públicas assistencialistas atuais, que são meros paliativos para a historicamente diminuta atuação do Estado nas áreas da saúde, educação básica, segurança. São atuações que buscam não exatamente o bem-estar da população mais vulnerável, mas sim, através da retirada da linha da miséria.

Assim, a iniciativa privada deve tomar para si uma parcela da responsabilidade pelo desenvolvimento social, pois o Estado, por si só, não consegue alcançar esse desenvolvimento, ou o faz de forma muito lenta e não alcançará resultados positivos na equação do desenvolvimento humano versus desenvolvimento econômico.

Por sua vez, a empresa recebe da comunidade infraestrutura e capital social que possibilitam o desenvolvimento de suas atividades. O investimento na própria comunidade, em ações que tragam benefício social, é uma resposta justa da empresa em reciprocidade.

Ainda, Santos (2007, p. 97) enumera alguns fatores motivadores da responsabilidade social das empresas, onde se encontram, dentre outros:

- o aumento da consciência política da população, que consegue visualizar os impactos ambientais, físicos e humanos que podem ser causados em sua comunidade por uma indústria;
- o aumento da consciência, por parte das empresas, de que riqueza econômica e exclusão social não podem conviver em uma sociedade justa e sustentável;
- o afastamento do poder executivo da função histórica de provedor para minimizar as questões sociais;



- o aumento do desemprego e suas consequências (subemprego, informalidade, exclusão);

- a necessidade de mão-de-obra treinada, educada, nutrida;

- exigências legais de prevenção e minimização de impactos ambientais;

Através de projetos pontuais e ações sociais inteligentes, a iniciativa privada tem em suas mãos a capacidade de desenvolver, mudar a realidade, e não só agir com filantropia para, na sua esteira, abater impostos ou obter quaisquer vantagens imediatas e isoladas.

Visualizemos duas situações hipotéticas distintas que demonstram como pode uma empresa agir proativamente em relação à sustentabilidade do ambiente social em que atua. Na primeira hipótese, uma indústria qualquer recebe isenção fiscal e outros incentivos durante alguns anos para se instalar em determinado município, em área pobre, com alto índice de desemprego e baixa escolaridade da população. A empresa se instala, contrata mão-de-obra barata e desqualificada, fica no local somente enquanto perdurarem os incentivos fiscais. Em seguida, se retira, abrindo um novo rombo no número de empregos, deixando no local a mesma pobreza que encontrou anos antes, e vai se instalar em outro município que lhe apresente proposta de incentivos que barateiem a sua operação. Essa empresa cria um ciclo para a manutenção de si mesma, extraindo o que pode do ambiente externo e proporcionando retorno quase nulo à sociedade.

Na segunda situação hipotética, outra indústria recebe os mesmos incentivos para se instalar na mesma área pobre, de baixa escolaridade e alto nível de desemprego. Contudo, esta empresa investe parte do seu capital em projetos comunitários. Ajuda para que seus empregados terminem a educação básica e apresenta convênios para que cursem ensino técnico ou superior. Auxilia na criação de cooperativas para o aproveitamento de sobras de material que antes seriam descartadas, gerando renda e diminuindo o impacto ambiental da produção; incentiva a formação escolar dos filhos dos seus funcionários; patrocina eventos culturais. Insere-se, assim, de várias formas no cotidiano da comunidade, que ajuda a crescer e se desenvolver.

Essa segunda empresa cria um ciclo de desenvolvimento não só para si mesma, mas também para com o ambiente em que está inserida, tornando inclusive vantajoso, em longo



prazo, permanecer onde está: a comunidade ao seu redor passa a ter mais qualidade de vida, mais perspectiva, mais cultura e identidade; o lugar estará menos propenso a riscos sociais decorrentes da pobreza, tais como violência, drogadição, doenças físicas e males sociais de toda sorte.

3 Considerações Finais

Ao mesmo tempo em que melhora o ambiente dos outros, a empresa prepara o terreno para o seu próprio futuro como organização, pois, adiante, poderá contar com mão de obra qualificada geograficamente mais acessível. Também, atuando em ambiente mais sadio que ajudou a desenvolver, estará menos propensa a atos de violência. Ademais, a atuação no âmbito social também ajuda na construção e valorização de imagem de marca e posicionamento no mercado, com patente valorização das ações, conforme dito anteriormente.

A reciprocidade é evidente, sob qualquer ponto de vista: o atuar responsável é uma forma de reciprocidade da empresa para com o ambiente que a acolhe, e que terá invariavelmente impactos com a sua chegada, sejam eles ambientais, socioeconômicos ou de qualquer outra natureza.

Por sua vez, o retorno em qualidade e vantagens para a empresa também é fato da reciprocidade. Assim, o círculo reciprocidade-responsabilidade-reciprocidade ajuda na evolução constante do sistema composto pela organização e seu ambiente de forma sustentável.

Dessa forma, cada singular empresa que atuar para a sustentabilidade social com responsabilidade estará contribuindo com o futuro da comunidade, do ambiente, do país e da própria organização.

Referências

CERVO, Amado L; BERVIAN, Pedro A; DA SILVA, Roberto. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SANTOS, Elisabete Adami Pereira dos. **Responsabilidade social e ética**. Curitiba: IESDE Brasil S. A., 2007.