

ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Camila Cristina S. Honório¹

Maristela Perpétua Ferreira¹

Rosecleia Perpétua Gomes dos Santos¹

RESUMO

O presente artigo tem por finalidade mostrar a importância de ser uma empresa eticamente solidária, de responsabilidade social, assim como os benefícios obtidos com esse novo perfil. Procura também levar ao conhecimento de todos, que uma empresa solidária preocupa-se não só com o bem estar dos seus colaboradores, assim como da sociedade em geral e que atualmente estão agregando valores éticos aos seus produtos, resultando em um significativo aumento nas vendas. A medida que as empresas vão se conscientizando com a importância da ética e da responsabilidade social, passam a adotar esse novo modelo para atrair os consumidores, agregando valores aos seus produtos e ou serviços, como forma de criar diferenciais competitivos e alcançar seus objetivos no mercado, que por sua vez, esta cada vez mais competitivo. A globalização é outro fator que muito contribuiu com esse novo cenário. Atualmente, as empresas investem com mais frequência em valores éticos, os quais, associados à diversas ferramentas de marketing, podem agregar bastante valor à marca e, com isso, alcançar resultados muito satisfatórios. Certamente, o valor ético que mais vem sendo associado às marcas das empresas é o desenvolvimento de programas de responsabilidade social.

PALAVRAS-CHAVE

ética, empresa solidária, colaboradores, valores éticos, responsabilidade social, produtos

INTRODUÇÃO

As empresas, entendidas como unidades fundamentais no contexto global, são cada vez mais desafiadas a aplicar princípios éticos e a responsabilizar-se por atos relacionados direta ou indiretamente com os problemas da sociedade. Em casos como esses, elas não podem se limitar a uma visão rígida e estreita de seus interesses particulares, e sim desenvolver critérios específicos fazendo jus à sua realidade, isto é, considerando não somente fatores econô-

AUTORES

1 Discentes do Curso de Secretariado Executivo.

nicos, mas também os contextos políticos, os impactos sociais e ambientais e vários outros aspectos associados às suas atividades.

É um assunto que, embora tenha aparecido na mídia a pouco tempo, tornou-se muito debatido ultimamente, deixando de ser uma simples discussão para se tornar um tema de grande importância no mundo corporativo. Mas será que todos sabem o que significa ética e responsabilidade social principalmente no âmbito empresarial?

Ética, primeiramente, é o conjunto de modelos morais que guiam o comportamento no meio dos negócios e na sociedade, construindo o próprio caráter em prol do bem estar de todos.

Ela é a base para a sustentabilidade e para orientar e guiar as ações das empresas com responsabilidade social.

Existem dois tipos de ética: a ética empresarial que pode ser entendida como um valor da organização que assegura sua sobrevivência, sua reputação e, conseqüentemente, seus bons resultados a ética social que se pratica internamente, recrutando e formando profissionais e executivos que compartilham desta filosofia, privilegiando a diversidade e o pluralismo, relacionando-se de maneira democrática com os diversos públicos, adotando o consumo responsável, respeitando as diferenças, cultivando a liberdade de expressão e a lisura nas relações comerciais.

Por outro lado, a responsabilidade social aparece para obrigar mais ética e clareza na gestão das organizações.

Muitas empresas já estão adotando esse novo modelo, agregando valores éticos ao marketing, obtendo resultados positivos com marcas mais valorizadas. Consumidores preferem pagar um pouco mais pelo produto, e em troca recebem o valor agregado.

Elas também têm maior durabilidade no mercado e conseguem contratar e manter profissionais com mais facilidade.

Uma empresa que age com responsabilidade social, planeja e traça seus objetivos e metas baseado tanto nos interesses de seus colaboradores e presidentes, quanto de indivíduos externos.

Ética e responsabilidade social nas empresas

Atualmente, esse tema é assunto em várias mídias, seminários, congressos passando a fazer parte do dia a dia das empresas.

Diante da acirrada competição mercadológica, as empresas buscam uma nova maneira para adequar seus valores às necessidades presentes, no sentido de desenvolver um novo comportamento para sua permanência no mundo empresarial. Trata-se da Responsabilidade Social, do novo como fazer adquirido pelas organizações modernas.

Atrelado a esse novo comportamento, está a Ética empresarial, fundamentada no relacionamento dos funcionários com os clientes e outros profissionais, atentando-se aos valores humanísticos de cada um.

Para uma empresa tornar-se ética, precisa ter persuasão, possuir competências para transformar suas ações em concretas e objetivas, evitando e diminuindo os obstáculos e dar atenção aos valores que defende, não deixando-se influenciar por fatores externos.

Até pouco tempo atrás, os empresários eram preocupados apenas com assuntos e atividades que lhes traziam lucros e com seu próprio bem estar, hoje já se pode observar certa mudança nesse perfil. Estão assumindo um modelo ético, social e ambiental, em virtude das sérias questões sociais e ecológicas enfrentadas pela população e pelo planeta.

A preocupação com os sérios problemas que o mundo enfrenta, como a fome, a deficiência na educação, a falta de moradia, a violência e o desemprego, aumentou de forma considerável, levando as empresas a assumirem uma postura de empresa solidária, em conjunto com seus colaboradores, todos unidos em busca de um único objetivo: melhorar a qualidade de vida no planeta.

Cada vez mais, pesquisas apontam o crescimento de ações sociais realizadas pelas empresas com a colaboração de seus profissionais. Mediante esse resultado, pode-se concluir que os executivos e seus funcionários estão obtendo uma nova consciência ética em seus negócios e os consumidores, dispostos a participar com a certeza que será para um bom motivo.

Com a globalização, as empresas precisaram se auto-avaliar frequentemente. Passaram a adotar valores éticos e morais rigorosos para manter uma boa imagem diante do público, como é o caso da Natura, O Boticário, e de alguns bancos como Banco Real/Santander, Unibanco/Itau e Bradesco.

Pode-se concluir que as empresas associaram valores éticos à marca, para ser um diferencial em seus produtos e alcançar um bom resultado, como por exemplo, garantir sua permanência no atual mercado competitivo, atrair e preservar clientes que também se preocupam com as condições sociais. E hoje são as maiores transformadoras da sociedade.

Outro fator que contribui para o sucesso de tal investimento é a inserção dos programas sociais na cultura e missão da organização, só que os colaboradores devem ter total conhecimento dessa cultura para que assim a valorize e a admire.

É claro que tem muito ainda que se investir nesses projetos de desenvolvimento social e na gestão participativa, mas aos poucos, as empresas estão promovendo treinamentos e eventos para incentivar seus colaboradores e líderes nesse sentido.

A realização desses projetos é importante, pois estabelecem normas e padrões adequados para tarefas empresariais socialmente responsáveis.

Outra questão considerável a ser adotada, é a inclusão como requisito no processo seletivo o ser cidadão, aquele que tem a função de contribuir com a missão da empresa e com a finalidade de transformar o mundo em outro melhor, recuperando a segurança social, pois uma empresa só se transforma em empresa cidadã quando é constituída por cidadãos.

O indivíduo cidadão irá trabalhar em função da responsabilidade e segurança social, na tentativa de reverter o atual quadro de pobreza e exclusão social existente em vários locais do planeta.

Portanto, pode-se dizer que uma empresa é responsabilmente social quando ela deixa de ser apenas um agente econômico, que visa somente o lucro e a riqueza, para também ser um agente social contando com a influência e a participação de membros externos.

Responsabilidade social de empresas

Várias definições podem ser atribuídas a Responsabilidade Social. A mais comum, porém, é conceituá-la como o conjunto das atitudes dos cidadãos e organizações públicas ligadas a ética e direcionadas para o desenvolvimento sustentado da sociedade, preservando o meio ambiente para futuras gerações e impulsionando a diminuição das desigualdades sociais.

As empresas sentem o dever de se tornarem responsáveis, uma vez que questionadas sobre o futuro da sociedade e da economia, percebem os efeitos causados pelas suas atividades e reconhecem a necessidade de reparar seu comportamento.

Se veêm frente a um desafio, o de modificar sua identidade para uma que agregue responsabilidade social à áreas financeira, logística, comercial e

operacional.

Dessa forma, uma empresa com responsabilidade social, além de participar de forma mais direta das ações comunitárias nos locais onde estão inseridas e reduzirem os danos ambientais resultantes de suas atividades, tornam-se parceiras e co-responsáveis pelo desenvolvimento social.

Responsabilidade social empresarial é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo. (SILVA, 2001).

Toda empresa responsabilmente social possui deveres morais junto à sociedade. Tais deveres podem ser do tipo reparador ou preventivo. Reparador, quando a empresa recupera o meio ambiente após prejudicá-lo com suas atividades e preventivo, quando a empresa se esforça para não causar danos à ele.

As seis diretrizes da responsabilidade social

1. Adote valores e trabalhe com transparência: O passo inicial para se tornar uma empresa socialmente responsável é avaliar os seus valores éticos e transmiti-los aos seus públicos através de um documento formal. Além disso, a empresa tem que praticar o que ela se propõe e agir da forma mais transparente possível.

2. Valorize empregados e colaboradores: É prioritário que a empresa cumpra as leis trabalhistas, pois empresas que valorizam seus funcionários valorizam, na verdade, a si mesmas.

3. Faça sempre mais pelo meio ambiente: O produtor deve se informar e cumprir toda a legislação ambiental, com destaque para o uso da água (ortoga), para a proteção de matas ciliares e de reserva legal.

4. Proteja clientes e consumidores: Outro passo é adotar técnicas de Produção Integrada de Frutas (PIF) e, se possível, ter alguma certificação de alimento seguro. É importante ter a certeza de que esse produto que saiu da sua propriedade não sofra nenhuma contaminação ou qualquer outro processo até o seu destino final que possa apresentar risco à saúde e à imagem da sua empresa junto ao consumidor.

5. **Promova a comunidade:** É importante à empresa identificar os problemas da comunidade e tentar soluções em conjunto.

6. **Comprometa-se com o bem comum:** As diretrizes anteriores já demonstram resultados em prol do bem comum. Mas, é importante que o empresário se comprometa em ações que não sejam simplesmente marketing para diferenciar o seu produto junto ao consumidor final. É preciso que o empresário tenha ações que decisivamente contribuam para o desenvolvimento de sua região e do país.

Benefícios da responsabilidade social nas empresas

É a nova forma de gestão empresarial, onde existe um compromisso da empresa em relação à sociedade em geral. E, para uma empresa ter sucesso, para conquistar e ampliar mercado, para ter competitividade, a prática da responsabilidade social e a prestação de contas de seu desempenho são indispensáveis.

A Responsabilidade Social está sendo vista, como um compromisso da empresa com relação à sociedade e a humanidade em geral, compreendendo que o papel atual das empresas vai muito além da obtenção de lucro.

Sendo assim Responsabilidade Social é entendida como o compromisso que uma empresa tem com o desenvolvimento, bem-estar e melhoramento da qualidade de vida dos empregados, suas famílias e comunidade em geral.

A base da responsabilidade social corporativa está na concepção de que a entidade responde a critérios éticos de comportamento

O valor da Ética

Como citado anteriormente, ética é o estudo do comportamento dos indivíduos, julgando-os adequado ou não, perante a sociedade ou a organização. É estar sempre bem consigo, opôr-se às fraquezas e vícios, desenvolver e cultivar virtudes, preservar o meio ambiente, enfim, é ser feliz.

Essa tema tornou-se um assunto debatido em toda sociedade brasileira. Na atualidade, observa-se uma renovação moral, com uma nova conscientização, pois não é possível viver em sociedade sem possuir limites, princípios, valores e respeito à pessoa.

No mundo empresarial, a Ética é a chave para a Sustentabilidade - ma-

neira como a sociedade suprirá suas necessidades, ao mesmo tempo que preservará o meio ambiente e seus ecossistemas - e são as atitudes e os comportamentos de seus colaboradores que fazem dela uma empresa ética ou não.

A Ética contribui para o desenvolvimento econômico, ao mesmo tempo que colabora com a preservação ambiental e com a melhora da qualidade de vida de seus colaboradores, familiares e da comunidade em geral.

Algumas até, possuem um código de ética, que deve ser seguido rigorosamente pelos funcionários, obtendo a confiança e o respeito deles, além de assumir um compromisso com parceiros e clientes e em muitos casos, em virtude do grande comprometimento da equipe, adquirem o tão sonhado certificado de reconhecimento.

A pessoa ética, assim como a empresa, só tem a ganhar. Por sempre agir corretamente e respeitando ao próximo, ganham confiança, credibilidade, clientes e como retorno, obtém-se o lucro. Este, porém, é a realização pessoal e fator motivador quando o funcionário sente-se envolvido com um projeto de vida.

Na função de gestor, a ética é demonstrada por algumas atitudes, como abertura para criatividade, delegação de tarefas, fornecer informações necessárias, observar e proporcionar feedback, estabelecer canais de comunicação, entre outros.

Ser ético também é se revoltar com as condições de miséria em que muitas pessoas vivem ou sobrevivem e tomar atitudes para que essas pessoas retornem ao convívio social com dignidade.

A ética se destina em realizar o bem comum – não prejudicar ninguém, não se prejudicar e não permitir que ninguém o prejudique.

Como nos negócios, em razão dos vários relacionamentos com fornecedores e clientes de diferentes perfis, não há conduta sem que alguém saia prejudicado, foi adotado um modelo de ética baseado na responsabilidade, convicção e virtude.

Responsabilidade: o indivíduo precisa ter consciência que toda ação da organização afetará as pessoas com as quais têm contato.

Convicção: aquisição de valores que limitam a busca dos resultados planejados e a ambição da empresa.

Virtude: é a tendência para prática do bem e as pessoas participam das decisões da organização.

Faz-se necessário lembrar que a ética organizacional não se limita a

cada um desses modelos individualmente, mas sim na sua junção.

CONCLUSÃO

Em decorrência da globalização econômica, as condições ambientais e sociais do planeta sofreram alguns impactos negativos.

Para reverter tal situação, esse assunto tornou-se pauta principal em grandes acontecimentos e várias empresas passaram a aderir o projeto para melhoria social e ambiental. E hoje, pode-se observar significantes adequações feitas pelas empresas no intuito de amenizar os danos provocados ao meio ambiente ao longo do tempo e evitar que outros ocorram.

Há uma preocupação crescente das empresas com responsabilidades social, fazendo nascer uma nova mentalidade empresarial, que valoriza a cultura de uma boa conduta empresarial para a qual eficiência e lucro podem ser combinados com valores, cidadania, preservação ambiental e ética nos negócios.

Ao adotar políticas éticas e consolidar esta política a seus funcionários, a corporação, além de confiável ao corpo funcional que também é responsável pelo sucesso da empresa, acresce sua imagem perante o mercado, fornecedores e consumidores, ou seja, os pilares para que uma empresa atinja o verdadeiro sucesso.

Estas políticas éticas levam ao empreendedor o alcance de melhorar o marketing da organização em busca de aumentar visibilidade, principalmente em relação a sua fonte de renda e sucesso, os consumidores, através do exercício da ética com práticas sociais em benefício da comunidade, dos membros da corporação, do governo e do meio-ambiente seguindo principalmente nas seis diretrizes da Responsabilidade Social.

REFERÊNCIAS

SILVA, R. D. O melhor caminho, para àquele que deseja trilhar o rumo da responsabilidade social e do marketing social. Monografia de Conclusão de Curso (Graduação em Administração de Empresas) – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001. Disponível em < <http://www.artigonal.com/gestao-artigos/responsabilidade-social-de-empresas-507837.html>>. Acesso em 11/05/11.

Ética e Responsabilidade Social. Disponível em < http://www.rh.com.br/Portal/Responsabilidade_Social/Artigo/4402/etica-e-responsabilidade-social-das-empresas.html>. Acesso em: 26 de maio 2011

FERNANDES, A. A Responsabilidade Social e a Contribuição das Relações Públicas. Disponível em <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/responsabilidadesocial/0098.ht>>. Acesso em 12/05/11.

KROETZ, C.E.S. Ética e Responsabilidade Social. Disponível em < http://www.congressocfc.org.br/palestras/26_08_08/Pain%C3%A9is/PAINEL%20N%C2%BA%208%20%C3%89tica%20e%20responsabilidade%20social/C%C3%A9sar%20Eduardo%20Stevens%20Kroetz/Cesar%20Kroetz%20PainelRSCesar.pdf>. Acesso em 12/05/11.

MATOS, F. G. Ética Empresarial e Responsabilidade social. Disponível em < http://www.iacat.com/revista/recreate/recreate03/etica_soc-empr.htm>. Acesso em 11/05/11.

ROALE, R. Paradigmas da Administração: Ética e Responsabilidade Social. Disponível em <<http://minhagestao.com/artigos/paradigmas-da-administracao-etica-e-responsabilidade-social/>>. Acesso em 11/05/11.

SANTARÉN, R. Ética e Responsabilidade social. Disponível em < <http://www.golfinho.com.br/leitores/etica.htm>>. Acesso em 09/05/11.

SILVA, R. D. O melhor caminho, para àquele que deseja trilhar o rumo da responsabilidade social e do marketing social. Monografia de Conclusão de Curso (Graduação em Administração de Empresas) – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001. Disponível em < <http://www.artigonal.com/gestao-artigos/responsabilidade-social-de-empresas-507837.html>>. Acesso em 11/05/11.

TONIELLO, V. B. Ética e responsabilidade social das empresas. Disponível em < http://www.rh.com.br/Portal/Responsabilidade_Social/Artigo/4402/etica-e-responsabilidade-social-das-empresas.html>. Acesso em 09/05/11.