

A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO CONTEXTO CONTEMPORÂNEO: CONCEITOS E APLICAÇÕES

Aline Alcantara Sabino¹

Michéle Tancman Candido da Silva²

Resumo

O objetivo deste do estudo foi examinar o conceito de Responsabilidade Social Corporativa. todas as organizações operam em um contexto e não existem isoladamente. Portanto, elas interagem com fornecedores, clientes, comunidades, parceiros, meio ambiente e outros *stakeholders*, direta ou indiretamente envolvidos em suas atividades e interesses relacionados a trocas de bens, serviços, recursos financeiros, resultando em ganhos ou perdas. Portanto, uma empresa que promove ações de responsabilidade social e ambiental cria um ambiente mais saudável para compartilhar experiências comerciais. A Responsabilidade Social se apresenta como um tema cada vez mais importante no comportamento das organizações, exercendo impacto nos objetivos, estratégias e no próprio significado de empresas. As grandes empresas, atualmente estão preocupadas com a questão da responsabilidade social e com o meio ambiente O problema de pesquisa abordou o impacto da implementação de estratégias de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) nas organizações, considerando os benefícios socioambientais e as vantagens competitivas, bem como maneiras de aprimorar essas práticas para promover um desenvolvimento sustentável mais eficaz. Concluiu-se que as práticas de RSC têm impacto nas organizações, resultando em benefícios socioambientais, vantagens competitivas, aprimoramento da reputação da empresa e outros resultados observáveis. O estudo foi conduzido por meio de uma revisão da literatura.

Palavras-chave: Responsabilidade Social, Econômica, ética, filantrópica; Sustentabilidade; Sociedade e socio-ambientalismo.

Abstract

The study aimed to analyze the concept of Corporate Social Responsibility. Every organization is part of an environment, and is not isolated. In this way, it interacts with suppliers, customers, the community, partners, the environment, among other agents,

¹ Aluna do curso de graduação em Administração da Universidade Salgado de Oliveira (UNIVERSO/SG).

² Professora do Curso de Administração da Universidade Salgado de Oliveira (UNIVERSO/SG). Pós-doutorado em Geografia (UFF), Doutora em Ciências Humanas (USP) e Mestre em Geografia – Ordenamento Territorial e Ambiental (UFF). Pós-graduada em Planejamento e Implementação de EAD (Lante/UFF). Especialista em Organização Espacial do Rio de Janeiro (UFF) Especialista em Formação de Tutor ON-LINE e Fundamentos Teóricos metodológicos pela Università Cà Foscari di Venezia, UCFV, Itália. Bacharel em Geografia (UFF) e Licenciada em Geografia (UFF) Currículo Lattes:<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4737250Z4>.

directly or indirectly interested in its actions in this exchange of interests, products, services, materials, financial resources, it has losses or gains. The more damaged the environment in which the company is part, the more difficult its interactions with the environment will be. The opposite logic is also true, that is, good conditions for society and the environment as a whole result in more and better business opportunities. Therefore, a company that creates social and environmental responsibility actions promotes a much healthier space for exchanging experiences within business. It is worth observing the Ministry of the Environment's definition of what socio-environmental responsibility is. "It is linked to actions that respect the environment and policies that have sustainability as their main objective." The research problem consisted of the impact of implementing Corporate Social Responsibility (CSR) strategies in organizations, both in terms of socio-environmental benefits and competitive advantages, as well as how to improve these practices to promote more effective sustainable development. It was concluded with the impact of CSR practices on organizations, which can include socio-environmental benefits, competitive advantages, improvements in the company's reputation and other observed results. The study was developed through a literature review.

Keywords: Social responsibility. Economic, Ethic, philanthropic; Sustainability; Society; socio-environmentalism.

1. INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social se apresenta como um tema cada vez mais importante no comportamento das organizações, exercendo impacto nos objetivos, estratégias e no próprio significado de empresas. As grandes empresas, atualmente estão preocupadas com a questão da responsabilidade social e com o meio ambiente.

A organização deve levar informações a todos os envolvidos (colaboradores, fornecedores, clientes, governos, *stakeholders*) nas realizações de suas atividades, direta ou indiretamente, pois suas ações de um modo geral influenciam no resultado final da empresa.

A dinâmica global dos negócios tem evoluído consideravelmente nas últimas décadas, passando de uma abordagem centrada exclusivamente nos lucros para uma perspectiva mais abrangente que abarca não apenas os interesses financeiros das empresas, mas também seu impacto social e ambiental. A Responsabilidade Social Corporativa surge como um conceito fundamental que direciona as organizações a considerarem não apenas suas metas comerciais, mas também as implicações éticas e sustentáveis de suas operações.

A Responsabilidade Social Corporativa de acordo com Voigt (2000) engloba a noção de que as empresas possuem um papel vital não apenas na geração de riqueza, mas também na promoção do bem-estar das comunidades em que operam e na preservação do meio ambiente, à medida que questões como mudanças climáticas, desigualdade social e direitos humanos ganham destaque global, as empresas estão sendo chamadas a assumir uma posição mais ativa na resolução desses desafios, em vez de serem parte do problema.

Qual é o impacto positivo da implementação de estratégias de Responsabilidade Social Corporativa nas organizações, tanto em termos de benefícios socioambientais quanto de vantagens competitivas, e como essas práticas podem ser aprimoradas para promover um desenvolvimento sustentável mais efetivo?

A implementação efetiva de práticas de responsabilidade social corporativa (RSC) em organizações está positivamente correlacionada com o aumento da reputação, da fidelidade do cliente e do desempenho financeiro, demonstrando assim que a RSC não apenas atende às demandas éticas, mas também cria valor tangível para as empresas.

Esta hipótese sugere que a RSC não é apenas uma questão ética, mas também uma estratégia que pode ter impactos positivos mensuráveis nas empresas, incluindo sua reputação, relacionamento com os clientes e resultados financeiros.

O objetivo geral dessa pesquisa é analisar o conceito de Responsabilidade Social Corporativa, examinando suas origens, fundamentos e evolução ao longo do tempo, verificando-se os benefícios tangíveis e intangíveis que as empresas podem colher ao adotar práticas socialmente responsáveis, tanto para suas operações quanto para sua reputação e investigar a implementação e os impactos da Responsabilidade Social Corporativa em empresas de diferentes setores no país. De forma específica o estudo busca analisar como as práticas são concebidas, implementadas e monitoradas, além de avaliar os efeitos dessas práticas nas dimensões econômicas, sociais e ambientais das organizações e da comunidade em que estão inseridas.

Quanto a metodologia, este estudo foi realizado através de revisão da literatura de cunho se caracteriza de forma inicial pela coleta de referenciais teóricos, para construção da literatura de base, com a discussão das ideias acerca da temática e análise dos fatos na verificação dos conceitos teóricos, seguindo-se pela verificação e confrontação das respectivas definições.

Este estudo se justifica pela importância de compreender como as práticas da responsabilidade social corporativa RSC afetam as empresas e a sociedade como um todo. Ao investigar os impactos das iniciativas de RSC nas organizações, pode-se obter *insights* valiosos sobre como as empresas podem melhorar sua gestão social e ambiental, atender às expectativas dos consumidores e investidores e contribuir para o bem-estar da comunidade em que operam. A RSC também pode ter um impacto significativo no desempenho financeiro das empresas, uma vez que a adoção de práticas sustentáveis pode resultar em eficiências operacionais, redução de custos e maior atratividade para investidores conscientes, é essencial aprofundar nossa compreensão das implicações da RSC nas organizações e na sociedade como um todo.

Este estudo visa a investigar a RSC em um contexto mais amplo, analisando as práticas existentes em organizações de diferentes setores e seu impacto nas partes interessadas e no desempenho financeiro, busca explorar maneiras de aprimorar e otimizar as estratégias de RSC, a fim de promover um desenvolvimento sustentável mais efetivo; contribuir para o desenvolvimento de diretrizes práticas que podem ser adotadas por organizações interessadas em melhorar suas práticas de RSC, bem como para o avanço do conhecimento acadêmico sobre o tema.

O estudo se inicia pelo desenvolvimento da fundamentação teórica sobre a Responsabilidade Social Corporativa, seguindo-se pela metodologia do estudo, e a discussão dos resultados.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A origem da Responsabilidade Social Corporativa (RSC), também conhecida como Responsabilidade Social Empresarial (RSE), remonta a diferentes momentos ao longo da história, mas suas raízes estão profundamente entrelaçadas com o desenvolvimento da consciência social e ambiental nas empresas. Os movimentos cooperativos, que surgiram no século XIX, tinham o objetivo de melhorar as condições de trabalho e vida dos trabalhadores em meio à Revolução Industrial, essas iniciativas podem ser consideradas precursoras da preocupação com a responsabilidade social empresarial.

Muitas empresas começaram a se envolver em atividades filantrópicas durante o século XX, inclui doações para causas sociais e culturais, apoio a instituições de caridade e patrocínio de eventos comunitários. Essas ações eram frequentemente movidas por considerações de relações públicas e imagem corporativa. Durante o movimento pelos direitos civis nos Estados Unidos e o movimento ambiental global nas décadas de 1960 e 1970, surgiram preocupações crescentes sobre o papel das empresas na sociedade. Isso levou a uma conscientização mais ampla sobre questões sociais e ambientais. Com a crescente globalização dos negócios e o acesso às informações décadas de 1980 e 1990), as empresas passaram a ser mais escrutinadas pelo público e pela mídia. Questões como direitos humanos, trabalho infantil, poluição e exploração de recursos naturais se tornaram tópicos de interesse público.

Nos últimos anos, várias organizações internacionais e grupos de partes interessadas desenvolveram diretrizes e normas para a responsabilidade social corporativa, um exemplo são os Princípios Orientadores das Nações Unidas sobre Empresas e Direitos Humanos, que estabelecem expectativas para empresas em relação aos direitos humanos.

Segundo Neto (2012, p. 83), o desempenho da empresa depende da utilização de recursos naturais, renovações ou não, que não pertencem à empresa, mas a sociedade. Ao deles usufruir em benefício próprio, a empresa a empresa contrai uma dívida social para com a sociedade. Que deve ser pago por meios de ações paralelas a existentes originalmente na razão de ser das organizações.

Torres (*apud*. Toldo, 2012 p. 80), indica que o estudo da Responsabilidade Social surge quando a empresa percebe que lucrar à custa da saúde dos funcionários, da degradação do meio ambiente, desconsiderando a existência da sociedade, gera prejuízo incalculável.

O estudo e a prática da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) frequentemente surgem como resposta a preocupações sobre o impacto negativo das operações das empresas na saúde dos funcionários, no meio ambiente e na sociedade em geral. À medida que as empresas crescem e se tornam mais influentes, elas podem afetar significativamente o mundo ao seu redor. Quando esses impactos são prejudiciais, isso pode ter consequências sérias não apenas para as partes interessadas afetadas, mas também para a própria empresa. Uma empresa que é percebida como prejudicial à saúde dos funcionários, ao meio ambiente ou à

comunidade pode sofrer danos significativos em sua reputação. Isso pode afetar negativamente a confiança do público e, por sua vez, seus resultados financeiros e relacionamentos com clientes e investidores.

À medida que as preocupações ambientais e sociais aumentam, os governos e reguladores estão implementando mais leis e regulamentos para responsabilizar as empresas por suas ações. Não cumprir essas regulamentações pode resultar em multas, processos judiciais e outros riscos legais.

Funcionários, clientes, investidores e a sociedade em geral estão se tornando mais conscientes e exigentes quando se trata de responsabilidade social corporativa, podem boicotar empresas que não cumprem padrões éticos e ambientais ou investir em empresas que demonstram um compromisso genuíno com a RSE. A RSE não se trata apenas de evitar danos, mas também de promover um modelo de negócios sustentável a longo prazo. Empresas que adotam práticas sustentáveis podem ser mais resilientes em face de desafios ambientais e sociais emergentes.

Muitos profissionais de hoje valorizam a RSE e buscam empregadores que compartilhem seus valores, empresas que priorizam a RSE podem ser mais bem-sucedidas na atração e retenção de talentos qualificados. A conscientização sobre a Responsabilidade Social Empresarial muitas vezes emerge quando as empresas percebem que não podem simplesmente maximizar os lucros à custa do bem-estar das pessoas e do meio ambiente. A RSE tornou-se uma abordagem fundamental para empresas que desejam operar de maneira ética, sustentável e responsável, reconhecendo sua influência e impacto na sociedade em que estão inseridas.

Para *Voigt* (2000 *p.* 86), a definição de Responsabilidade Social alude, objetivamente, à tomada de decisões empresariais ligadas a valores éticos, baseada em um Código de Ética específico, respeitando exigências legais, cidadãos, comunidades e meio-ambiente.

A responsabilidade social empresarial (RSE) implica perceber a preocupação de governos do mundo inteiro e das sociedades como um todo, com as mudanças que estão ocorrendo com o planeta, como o aquecimento global e a diminuição dos recursos naturais e com a diminuição da pobreza em todo o globo terrestre.

Historicamente, a Responsabilidade Social Corporativa ou simplesmente a gestão de "questões sociais" tem sido enfrentada com mais frequência pelo setor de mineração e hidrocarbonetos, atualmente, outros setores como a silvicultura, veem a incorporação em seus projetos de variáveis e indicadores que estão em harmonia com

as populações e organizações sociais de uma região como necessárias e fundamentais. Responsabilidade Social Corporativa se aplica a diversos temas, tais como políticas recrutados localmente, estratégias de comunicação e consulta, desenvolvimento local, negociações, planos de relações com a comunidade, entre outros. Reconhecimento de Responsabilidade Social dentro dos Avaliação padrões internacionais de qualidade foi formalizado através da certificação SA 8000 e WRAP, entre outros. A origem do movimento de Responsabilidade Social Corporativa nos anos trinta e outros nos anos setenta, mas o fato é que desde os anos noventa este conceito vem ganhando força e constantemente evoluiu após o advento da globalização, a aceleração da atividade econômica, a consciência ecológica e desenvolvimento de novas tecnologias.

Outro problema, decorrente da amplitude com que esta temática se defrontou, e ainda se defronta, foi e continua sendo à dúvida criada em torno da questão: Com relação a quem, exatamente, a empresa tem responsabilidades sociais? A sociedade, como um todo, é formada por muitos grupos, cada qual com interesses particulares, muitas vezes conflitantes entre si. De que forma a empresa pode atender verdadeiramente ao interesse público, sem que perca sua característica de unidade econômica? Estas questões são levantadas toda vez que se procura entender a empresa como organização socialmente responsável.

Mello Neto (1979, p. 79) afirma que o conceito Responsabilidade Social representa distinto de filantropia, “que tem como característica principal à benemerência do empresário, que se reflete nas doações que faz para entidades assistenciais e filantrópicas”.

Segundo o Instituto Ethos (2018, p. 01) a diferença entre filantropia e Responsabilidade social:

A filantropia trata basicamente de ação social externa da empresa, tendo como beneficiário principal à comunidade em suas diversas formas (conselhos comunitários, organizações não governamentais, associações comunitárias etc.) e organização. A Responsabilidade Social foca a cadeia de negócios da empresa e engloba preocupações com o público maior (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente), cujas demandas e necessidades a empresa deve buscar entender e incorporar em seus negócios. Assim, a Responsabilidade Social trata diretamente dos negócios da empresa e como ela os conduz. (ETHOS, 2018, p. 01)

De acordo com *Voigt (2000 p. 88)*, o investimento de uma organização empresarial em ações periódicas, como campanhas de arrecadação de bens e alimentos, e também em doações de ordem material.

Voigt (2010 p. 88), aponta que 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 obedece a um processo sistematizado de atuação social e sim reativo, em momentos de maior demanda da sociedade. Empresas filantrópicas atuam em caráter assistencial, não incorporando mudanças de ação multiplicadora e sustentável.

2.1. Responsabilidade Social Empresarial

Responsabilidade Social Empresarial é a relação ética da empresa com todos seus clientes internos e externos e pelo planejamento de suas metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável, recuperando, reciclando e reaproveitando as matérias primas, preservando os recursos naturais, ambientais e culturais da sociedade.

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é um conceito que se refere à prática de as empresas considerarem os impactos sociais, ambientais e éticos de suas operações e tomarem medidas para abordar essas questões de forma responsável. A RSE vai além do objetivo primário de maximizar os lucros e busca equilibrar os interesses das partes interessadas, como acionistas, funcionários, clientes, comunidade e meio ambiente, é uma abordagem que reconhece a importância das empresas como membros da sociedade e que têm obrigações para com ela.

Sustentabilidade ambiental: As empresas são cada vez mais pressionadas para adotar práticas sustentáveis que reduzam seu impacto no meio ambiente. Isso pode incluir a redução das emissões de carbono, a conservação dos recursos naturais, o uso de energia renovável e a gestão responsável dos resíduos.

A RSE também se relaciona com o compromisso das empresas com a comunidade e a sociedade em geral. Isso pode envolver a doação de recursos para organizações sem fins lucrativos, o apoio a programas educacionais e ações para melhorar a qualidade de vida nas comunidades em que operam. A RSE implica em aderir a padrões éticos rigorosos em todas as operações comerciais. Isso inclui práticas comerciais justas, transparência financeira, respeito aos direitos humanos e

evitação de corrupção. As empresas também podem promover a RSE envolvendo seus funcionários em ações voluntárias e incentivando um ambiente de trabalho inclusivo e diversificado.

Muitas empresas adotam políticas formais de RSE e estabelecem metas e métricas para medir seu progresso nessa área, podem publicar relatórios de sustentabilidade para informar o público sobre suas iniciativas e resultados.

A RSE não é apenas uma questão de cumprir obrigações éticas; também pode trazer benefícios comerciais. Empresas com uma forte reputação de RSE podem atrair clientes leais, investidores responsáveis e talentos qualificados. Além disso, a RSE pode ajudar a reduzir riscos legais e regulatórios (PONCHIROLLI, 2022)

No entanto, é importante notar que a RSE não é apenas uma estratégia de relações públicas, deve ser genuína e integrada à cultura e às operações da empresa. As empresas que se envolvem na RSE de forma autêntica estão mais bem posicionadas para enfrentar os desafios e oportunidades do ambiente de negócios em constante mudança e contribuir para um mundo mais sustentável e justo.

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) envolve o compromisso das empresas em conduzir seus negócios de forma ética, considerando não apenas seus acionistas, mas também todas as partes interessadas ou stakeholders, sejam eles internos ou externos. Inclui consumidores, clientes, fornecedores, parceiros de negócios e a comunidade em geral. As empresas devem garantir que seus produtos e serviços sejam seguros, de qualidade e atendam às necessidades dos clientes, colaboradores da empresa são parte fundamental das preocupações de RSE, envolve fornecer condições de trabalho seguras e saudáveis, remuneração justa, oportunidades de desenvolvimento profissional e respeito pelos direitos dos trabalhadores (PONCHIROLLI, 2022)

As empresas são responsáveis por minimizar seu impacto ambiental. Isso pode envolver práticas sustentáveis de produção, redução de emissões de carbono, uso responsável dos recursos naturais e ações de conservação. As empresas muitas vezes têm um impacto significativo nas comunidades onde operam. A RSE inclui o apoio às comunidades locais por meio de iniciativas sociais, investimento em educação, saúde e outras áreas que beneficiem a sociedade. (PONCHIROLLI, 2022)

Embora o lucro seja um objetivo importante para muitas empresas, os acionistas e investidores também devem ser tratados de maneira justa e ética. Isso

inclui a divulgação transparente de informações financeiras e práticas de governança corporativa sólidas.

A RSE não se limita apenas à relação ética com os stakeholders, mas também envolve a contribuição ativa para a melhoria da sociedade e do meio ambiente. Empresas socialmente responsáveis muitas vezes se envolvem em programas de filantropia, voluntariado corporativo e iniciativas de sustentabilidade (PONCHIROLLI, 2022)

A responsabilidade social das organizações discutidas, nas universidades e pelo empresariado, demonstra que o grau de preocupação e conscientização dos empresários sobre a necessidade de analisar como as empresas podem interferir nos interesses da sociedade, tendo como foco a melhoria da qualidade de vida e a solução dos problemas de responsabilidade social.

No Brasil o setor privado deverá desempenhar um papel cada vez maior na prestação de serviços que hoje são oferecidos pelo Estado, seja em bases comerciais, seja como investimento social e atuação filantrópica. Há indícios de que as noções de público e privado estão mudando de conformação, demonstrando que as ações sociais públicas não são mais obrigatoriamente subordinadas à esfera governamental. Isso se harmoniza com a ideia de responsabilidade social das empresas à medida em que elas utilizam recursos privados com uma finalidade pública, numa definição característica do terceiro setor (PONCHIROLLI, 2022)

Segundo *Ashley* (2002 p. 53), o surgimento de entidades com o Instituto Ethos, o Instituto de Cidadania empresarial (ICE), o Conselho de Cidadania empresaria da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg), o Núcleo de Ação Social (NAS) da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife) e a Associação de Empresários pela Cidadania (Cives), além da ADCE-Brasil e da Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (Fides) mostram bem a evolução da responsabilidade social nas empresas.

Grajew (2002 p. 88), aponta que a Responsabilidade social não visa somente à relação da empresa compromissada com a comunidade. Mas sim, abrange todas as relações da empresa, sejam com seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, concorrentes, meio ambiente e organizações públicas e estatais.

Chiavenato (2010, p. 205), segue nesta mesma linha ressaltando ainda que as necessidades dos clientes internos e externos devem ser olhadas com carinho pelos

administradores. Quando se fala de cliente interno estamos falando dos funcionários e os acionistas. Clientes externos são os consumidores, fornecedores e parceiros em geral.

Para *Peliano*, (2011), a principal motivação para as empresas aderirem ao Terceiro Setor não se relaciona unicamente com os interesses comerciais. Ela identificou, em pesquisa, que 59% das empresas brasileiras atuam de alguma no campo social. Pois é claro que as empresas socialmente ativas promovem sua imagem junto aos consumidores, e melhoram o seu relacionamento com as comunidades vizinhas e percebem ganhos de produtividade e de seus trabalhadores.

Conforme *Neto* (2002 p. 89), a empresa cidadã é aquela que possui um alto grau de comprometimento com seus parceiros. Esse conceito surgiu em resposta ao grande movimento de conscientização social que está surgindo em diversas empresas.

A promoção da cidadania e o desenvolvimento da comunidade são os compromissos de uma empresa cidadã. Buscando dessa forma, assumir uma nova postura empresarial diferenciando-se de seus concorrentes defende *Neto* (2002).

Voigt (2010), completa dizendo que é a empresa-cidadã na condução de seus negócios de uma forma que a torna parceira e co-responsável por ações que objetivam não só reduzir os problemas sociais, mas contribuir para o desenvolvimento sustentável.

Para *Grajew* (2002), a Responsabilidade social não busca apenas à relação da empresa e seu compromisso com a comunidade, e sim relaciona-se com as relações das empresas, e seus públicos internos e externos.

Kotler (1999, p.13 p. 49), afirma que, "... neste novo século em que estamos vivendo, as empresas estão buscando cada vez mais se especializar na busca pela descoberta de real necessidade de seus colaboradores."

Chiavenato (2000), segue nesta mesma linha ressaltando inda que as necessidades dos clientes internos e externos devem ser olhadas com carinho pelos administradores. Quando se fala de cliente interno estamos falando dos funcionários e os acionistas. Clientes externos são os consumidores, fornecedores e parceiros em geral.

Para *Peliano*, (2001), a principal motivação para as empresas aderirem ao Terceiro Setor não se relaciona unicamente com os interesses comerciais, e Ela identificou, em pesquisa, que 59% das empresas brasileiras atuam de alguma no

campo social. Pois é claro que as empresas socialmente ativas promovem sua imagem junto aos consumidores, e melhoram o seu relacionamento com as comunidades vizinhas e percebem ganhos de produtividade e de seus trabalhadores.

Segundo Neto (2012), o mesmo fenômeno que ocorre em relação à busca da melhor qualidade em produtos ou serviços, e ainda na busca pela preservação do meio ambiente, onde existem as certificações ISO 9000 e ISO 14000, está hoje ocorrendo na busca pela Responsabilidade Social. Surgindo assim a SA 8000, que certifica o grau de Responsabilidade Social atingido pelas empresas.

Cicco (2010), aponta a SA 8000 como uma das maiores normas de Responsabilidade Social existentes nos dias de hoje. Segundo ele, a SA 8000 é uma norma voluntária que se baseia em Convenções da OIT - Organização Internacional do Trabalho, na Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança, e na Declaração Universal dos Direitos Humanos. Ela abrange nove temas: Trabalho infantil; Trabalho forçado; Segurança e saúde no trabalho; Liberdade de associação e direito à negociação coletiva; Discriminação; Práticas disciplinares; Horário de trabalho; Remuneração; Sistemas de gestão.

De acordo com Merege (2010), a SA 8000 significa um importante passo para a mudança de lógica empresarial tradicional, pois introduz no sistema de gestão novos valores e princípios baseados nos direitos humanos universais.

A norma SA 8000 (Social Accountability 8000) não é exatamente um passo em direção à mudança na lógica empresarial tradicional, mas sim um padrão e uma ferramenta que as empresas podem adotar para melhorar suas práticas sociais e de responsabilidade corporativa. Ela foi desenvolvida pela Social Accountability International (SAI) e estabelece padrões para a responsabilidade social nas organizações.

A SA 8000 é uma norma de certificação voluntária que se concentra em questões sociais, como direitos dos trabalhadores, condições de trabalho, remuneração justa, saúde e segurança no trabalho, proibição do trabalho infantil e trabalho forçado, entre outros. Ela fornece um conjunto de requisitos que as empresas podem seguir para garantir que estão cumprindo esses critérios sociais.

Embora a SA 8000 não seja, por si só, uma mudança na lógica empresarial tradicional, ela pode ser usada como uma ferramenta para promover práticas comerciais mais éticas e socialmente responsáveis. Muitas empresas adotam a certificação SA 8000 como parte de seus esforços para melhorar sua imagem, atrair

clientes preocupados com questões sociais e garantir que estão operando de forma ética em relação aos direitos dos trabalhadores e ao impacto social.

Portanto, a SA 8000 pode ser vista como um passo importante em direção a uma abordagem mais responsável e ética nos negócios, mas a mudança na lógica empresarial tradicional depende da vontade e do compromisso das empresas em adotar e implementar tais práticas.

CONCLUSÃO

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é um tema cada vez mais relevante no mundo dos negócios e da sociedade como um todo. Destacou-se a importância da RSC para as empresas, seus benefícios e impactos positivos, bem como os desafios que as organizações enfrentam ao adotar essa abordagem.

Empresas que abraçam a RSC não apenas atendem às expectativas de partes interessadas, como funcionários, clientes, investidores e comunidades, mas também contribuem para a construção de um mundo mais ético, justo e ambientalmente sustentável. Elas demonstram um compromisso com valores que vão além do lucro, reconhecendo seu papel na promoção do bem-estar social e ambiental. Tem-se que talvez seja essa a característica distintiva da Responsabilidade Social Corporativa (RSC): não é tanto a conexão, relacionamento ou interação com um ambiente ou ambiente, em que há clientes, fornecedores, comunidades e novos atores institucionais; é a real consciência e compreensão da importância da percepção que esses atores têm da gestão organizacional. A Responsabilidade Social dá então lugar à referência e ao encontro de termos novos, aparentemente estranhos ou confusos, mas de uso crescente e generalizado em múltiplas empresas e organizações: marketing social, investimento social; equilíbrio social; contabilidade (ou controladora) social; capital social o risco de banalizar o social e transformá-lo em um mero rótulo de limpeza das consciências, simples disfarce de uma motivação básica e primariamente econômica. Em qualquer caso, o aspecto social é incorporado com força crescente, como uma dimensão que complementa o aspecto econômico-financeiro como critério de gestão e avaliação de resultados, em um equilíbrio difícil e difícil, mas necessário.

Responsabilidade Social Corporativa não se limita à filantropia, embora possa ser sua canalização inicial; em alguns casos, é incorporado à missão e visão de uma

organização, ou seu líder fundador, mas em outras ocasiões, não poucos, responde a necessidades, demandas e pressões diretas de atores e fatores ambientais, que simplesmente o impõem como uma ação.

Uma empresa é socialmente responsável quando responde satisfatoriamente às expectativas que os vários grupos de interesse têm sobre o seu funcionamento. RSE refere-se a como as empresas são governadas sobre os interesses de seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas e seu impacto ecológico e social na sociedade em geral, ou seja, uma empresa de gestão que respeite todos seus grupos de interesse e é uma abordagem estratégica que deve fazer parte da gestão cotidiana da tomada de decisões e das operações de toda a organização, criando valor a longo prazo e contribuindo significativamente para a obtenção de vantagens competitivas duradouras. Daí a importância de que tanto os órgãos dirigentes como a gestão de empresas assume a perspectiva da RSC. O Investimento Social Privado ou Externo (ISE) é o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público.

Os verdadeiros impulsionadores das iniciativas de Responsabilidade Social não se concentram apenas na responsabilidade corporativa, mas também dependem do senso empresarial.

A aplicação dessas práticas permite: maior risco de controle, identificar novas oportunidades de negócios, melhor relacionamento com as partes interessadas, melhor reputação, melhor posicionamento e longo prazo, melhor desempenho econômico, bem como criar valor para a sociedade.

No entanto, a implementação eficaz da RSC requer um compromisso genuíno e contínuo, que vai além do marketing superficial, é um processo que exige transparência, prestação de contas e uma avaliação constante do impacto das operações da empresa. Enfrentar os desafios da RSC, como a gestão responsável dos recursos naturais, a equidade no local de trabalho e a mitigação dos impactos ambientais, é fundamental para alcançar resultados positivos a longo prazo.

À medida que se avança para um futuro em que as preocupações com a sustentabilidade e a responsabilidade social se tornam cada vez mais prementes, a RSC se torna uma parte indispensável do DNA empresarial.

Empresas que investem em RSC não apenas prosperam nos aspectos financeiros, mas também desempenham um papel vital na construção de uma sociedade mais justa e um planeta mais saudável, a Responsabilidade Social

Corporativa é uma jornada que todas as empresas devem considerar, pois é através dela que podemos alinhar os interesses econômicos com os interesses sociais e ambientais para um futuro melhor.

Consideram-se ter atingido os objetivos propostos neste estudo e ainda contribuído com a literatura sobre a temática, apresentando subsídios que possam indicar a Responsabilidade Social Corporativa, tornando-se parte da nova situação econômica global.

Para finalizar, deve-se apresentar que o estudo não buscou determinar por completo os resultados, nem esgotar a temática discutida. De forma contrária, buscou incentivar novos estudos sobre dos temas discutidos.

REFERÊNCIAS

- ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2012.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando Pessoas**. Ed. Prentice Hall. São Paulo, 2010.
- EELLS, Richard e WALTON, Clarence. Conceptual foundations of business. Apud OLIVEIRA, José Arimatés de. Responsabilidade social em pequenas e médias empresas. In: **Revista de Administração de Empresas**, 24 (4): 204, out./dez. 2014.
- FREDERICK, William C. From CSR1 to CSR2. **Business and Society**. v. 33, n. 2, p. 150-164, aug. 2014.
- GRACIOSO, Francisco. **Propaganda institucional: nova arma estratégica da empresa**. São Paulo: Atlas, 2015.
- HAMEL, G., PRAHALAD, COIMBATORE KRISHARAO. **Competido pelo futuro: estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã**. Rio de Janeiro: Campus, 2015.
- IOSCHPE, Evelyn Berg (org.). **3º Setor: Desenvolvimento Social Sustentado**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- JOIA, Sonia (Org.). **Empresário e o Espelho da Sociedade**. Rio de Janeiro, Ibase/Banco Arbi, 2014.
- KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 7. ed. LTC, 2009.
- MACHADO FILHO, Cláudio Antonio Pinheiro. **Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações: um estudo multicaseos**. 204 f. Tese (Doutorado em Administração) - FEAC – USP, São Paulo, 2012.

- MARTINS, Sérgio Pinto. **Comentários à CLT**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- MAXIMIANO, ANTONIO CESAR. **Teoria geral da administração**. São Paulo: Atlas, 2010.
- MILES, Raymond E.; SNOW, Charles C. **Organizational strategy, structure, and process**. New York: Mc Graw-Hill, 1980, p.3-30
- NASCIMENTO, Amauri Mascaro do. **Iniciação ao Direito do Trabalho**. 28.ed. São Paulo: LTr, 2012.
- NETO, Francisco Paulo de Melo Neto. FROES, Cezar Froes. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial**. 3. ed Qualit Mark, 2010.
- ORSSATO, Calos Henrique. **Mudança estratégica organizacional: um caso na agroindústria catarinense**. 113f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2015.
- PAES, José Eduardo Sabo. **Fundações e Entidades de Interesse Social**. Brasília: Brasília Jurídica, 2011.
- PALAZOLLI, Fernando. Percepção de Justiça nas Organizações como Antecedente dos comportamentos de Cidadania Organizacional. **Caderno de Pesquisas em Administração**. São Paulo, v. 07, n.º 3 set. 2010.
- PELIANO Anna Maria. **Retrato da ação social das empresas no Brasil**. Ed. Rets, 2011.
- PONCHIROLLI, O. **Ética e Responsabilidade Social Empresarial**. 3. ed. Curitiba: Juruá, 2022.
- PRADO, E. V. et al. Sistemas de Informações para Gerenciamento de Riscos Corporativos em Controladoria: Um Estudo Bibliométrico na Base de Dados Scopus. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 7, n. 1, p. 191-211, jan/jun 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/pgc/article/view/26824/17915>. Acesso em setembro de 2023.
- PUPPIM, J. A. Empresas na sociedade: sustentabilidade. RJ: Elsevier, 2013. SILVA, et. al. Responsabilidade social corporativa na produção de cacau: análise das ações da indústria de chocolate. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, Novo Hamburgo, v. 15, n. 1, jan./jun. 2018. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/1169/2125>. Acesso em setembro de 2023.
- RAFAEL, José Edson. **Fundações e Direito**. São Paulo: Melhoramento, 2007.

- RAMOS, Alberto Guerreiro. **A Nova Ciência das Organizações: Uma Reconceituação da Riqueza das Nações**. Rio de Janeiro. FGV, 2013.
- RIFKIN, Jeremy. **O Fim dos Empregos: O Declínio Inevitável dos Níveis dos Empregos e a Redução da Força Global de Trabalho**. São Paulo: Makron Books, 2005.
- ROTHGIESSEN, Tânia Lynda. **Curso de capacitação profissional para o terceiro setor - Voluntariado Empresarial**, 2013.
- SANCHES, et al. Descentralização da gestão ambiental no Brasil: análise histórica dos principais momentos do processo. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, Novo Hamburgo, v. 14, n. 2, jul./dez. 2017.
- SILVA, João Pina da, RODRIGUES, Ana Maria e JORGE, Susana. Novos Desenvolvimentos da Contabilidade: A Contabilidade Social. Revista: **Revisores & Empresas**. Lisboa – Portugal: a.1, n. 1, abril/jun. 1994 - <http://www.sebraepb.com.br:8080/bte/> - Acesso em setembro de 2023.
- STONER, James y FREEMAN, Edward. **Administração**. Rio de Janeiro: LTC, 2001. 534 p.
- TAVARES, M.C. **Planejamento estratégico: a opção entre sucesso e fracasso empresarial**. São Paulo: Harba, 2011.
- YOUNG, Ricardo. **Gestão da responsabilidade social e do desenvolvimento sustentável**. www.uniethos.org.br. Acesso em setembro de 2023.
- ZENISEK, T. Corporate Social Responsibility: a conceptualization based on organizational literature. In. **The Academy of Management Review**. v. 4, n. 3, p. 1979.