



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS  
UNIDADE ACADÊMICA DE DIREITO  
CURSO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS

KELLI FERNANDA DA SILVA

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DAS EMPRESAS DO  
MUNICÍPIO DE SOUSA-PB

SOUSA - PB  
2011

KELLI FERNANDA DA SILVA

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DAS EMPRESAS DO  
MUNICÍPIO DE SOUSA-PB

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Jurídicas e Sociais do CCJS da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharela em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientadora: Professora Esp. Monnázia Pereira Nóbrega.

SOUSA - PB  
2011

KELLI FERNANDA DA SILVA

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DAS EMPRESAS  
DO MUNICÍPIO DE SOUSA-PB

Trabalho monográfico apresentado ao Curso de Direito do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Federal de Campina Grande, como exigência parcial da obtenção do título de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientadora: Prof. Monnázia Pereira Nóbrega

Banca Examinadora:

Data de aprovação: 31/05/2011

---

Orientadora: Prof. Monnázia Pereira Nóbrega

---

Examinadora: Petrucia Marques Moreira Sarmento

---

Examinador: Admilson de Almeida Leite Júnior

Ao meu filho, *Caio*, “o brilho dos meus olhos”, pela ausência que se fez sentir nos seus dois anos de vida, que coincidiram com anos sobrecarregados de minha vida, principalmente neste momento. Entrego o meu coração.

Aos meus amados avós, *Rita e Miguel*, meus pilares de sustentação, meu ponto de referência, por dedicar toda uma vida a mim: São meus verdadeiros pais!

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a *Deus*, por sempre estar ao meu lado, guiando-me, protegendo-me e por me permitir vivenciar este grande momento.

Agradeço a quem merece o topo deste agradecimento, minha tia e mãe, *Flávia*, por abdicar seus sonhos em busca dos meus.

À tia *Corrinha*, por ter me dado os primeiros estímulos ao estudo e ter chorado e sorrido comigo, por tanto anos.

Ao meu *Pai*, por ter ficado perto de mim e ter me ensinado, do seu jeito, a correr atrás de tudo que eu quero. À sua esposa *Edilva*, por em muitos momentos essenciais na vida de uma menina, fazer papel de mãe.

Aos meus irmãozinhos, *Kennya* – que no sorriso franco e doce eu deposito e busco esperança – e *Kelvin* – meu filho adolescente – pela compreensão do meu estresse, por me darem forças sempre e terem sido meu maior lazer todos esses anos.

À *Antonio*, por me levar à qualquer destino, com todo carinho e paciência, e toda à sua família, pela sempre disposição a me ajudar, principalmente, “emprestando-o”.

À meu grande amigo *Iltonio*, por dar ao meu trabalho, sua forma final, fazendo a parte gráfica e a formatação.

À minha professora, amiga e orientadora *Monnizia*, que com sua sapiência, transmitiu segurança e base pra realizar este estudo, disponibilizando seu precioso tempo a me orientar.

Aos meus melhores amigos, *Inayara e João Paulo*, com os quais vivenciei os melhores momentos de todo o curso.

À *Jéssica* por ter cuidado tão bem de meu filho, na minha ausência.

“Todo progresso é baseado num desejo universal, inato em todo o organismo, de viver acima de seus rendimentos.”

Samuel Butler (1835-1902)

## RESUMO

A atual apreensão da gestão empresarial prescinde do conhecimento de novos paradigmas influenciados pelo neoliberalismo e pela corrida desenfreada na busca da sobrevivência no mercado global. Esta nova maneira de gerir tem como instrumento principal a adoção da responsabilidade socioambiental, ou seja, integrar as estratégias comerciais, posturas éticas, sensíveis às necessidades dos grupos que, de alguma forma, são afetadas pelas atividades desenvolvidas pela empresa, buscando ao lado do lucro, o desenvolvimento social e a preservação ambiental. A responsabilidade social vem recebendo crescente inserção no meio empresarial, tendo como substrato a ideia de sustentabilidade econômica, social e ambiental, pressupondo a subordinação da atividade empresarial ao bem estar coletivo das presentes e futuras gerações. O presente estudo desenvolve-se em torno dos fundamentos e princípios constitucionais da função social da empresa, justiça social e dignidade humana, abrangendo este último, a qualidade de vida dos trabalhadores, consumidores e da comunidade na qual se insere a empresa, objetivando discutir acerca da Responsabilidade Socioambiental, tendo como foco, as empresas do município de Sousa-PB. Esta pesquisa foi desenvolvida, analisando se realmente existe atenção a tais práticas nas gestões das empresas, objeto do estudo, não deixando de ressaltar o retorno lucrativo que elas trazem as mesmas, uma vez que o lucro constitui exigência primordial da própria subsistência empresarial. Para tanto, utilizou-se como método de abordagem o indutivo, que por intermédio dos dados particulares de algumas empresas, suficientemente constatados, inferiram-se informações gerais, abarcando todas as empresas sousenses. Empregaram-se procedimentos histórico-evolutivo, direcionado à pesquisa feita sobre o direito comercial, desde seu surgimento até os dias atuais, bem como do surgimento e evolução do princípio da função social e da responsabilidade social. Também foi utilizado o estudo comparativo, a fim de traçar um paralelo entre a função social e a responsabilidade social, bem como entre esta e as ações filantrópicas e o exegético-jurídico voltado à análise das proposições constitucionais e demais leis extravagantes que contribuem no entendimento acerca da função social e da responsabilidade social. Enquanto técnica de pesquisas se dispôs de um questionário, que teve como finalidade, apresentar um diagnóstico quantitativo-descritivo da preocupação dada à responsabilidade social, nas empresas em estudo, e por fim, a técnica de pesquisa bibliográfica para a formação do referencial teórico, utilizado na construção de todo o trabalho monográfico. Constatou-se que o empresariado sousense, apesar de ser em proporções regionais, já acompanha as mudanças comportamentais da empresa atual, adotando em sua gestão preocupações ambientais e sociais, e encarando esta forma de gerir a sua atividade, como o único meio de permanecer no mercado competitivo. Eles também se mostram conscientes que para competir com maior eficácia devem introduzir estratégias de redução custos, tecnologias da informação, qualidade, tudo isso, pautado em práticas ambientais e socialmente responsáveis, para atender o novo consumidor, saber trabalhar com a atual mão-de-obra disponível, novos investidores e se sobressair diante das demais organizações.

**Palavras-chave:** Empresa. Responsabilidade socioambiental. Gestão Empresarial.

## ABSTRACT

The understanding of corporate management these days does not require knowledge of new paradigms influenced by neoliberalism by and the wild race in pursuit of survival in today's global marketplace. This new way of management as the principal tool is the adoption of social-environmental responsibility, which integrates marketing strategies, ethical stances are sensitive to the needs of groups that, somehow, are affected with activities of the company, trying to reach the profits as well as social development and environmental preservation. Corporate social responsibility has received increasing integration into the business as substrate of the idea of economic, social and environmental issues, assuming the subordination of business by collective well-being of present and future generations. this study is based on foundations and the principles of the constitutional role of social enterprise, social justice and human dignity, the latter covering the quality of life for workers, consumers and the community in which it operates the company, to consult about of Environmental Responsibility, focusing on the business of the municipality of Sousa-PB. It was developed examining whether there is attention to such practices in their management, whilst highlighting the lucrative returns which such practices brings the companies, since the profit is the primary requirement business own subsistence. We used the inductive method approach, by using the specific datas from some companies, which were well proved, we could provide general information covering all companies in Sousa. The procedures used historical evolution, the survey focused on commercial law, from its inception until the present day, as well as the emergence and evolution of the principle of social function and social responsibility, the comparative study, in order to draw a parallel between the social function and social responsibility, and between those and the philanthropic and legal exegesis and analysis of propositions aimed at constitutional and other laws that contribute to the extravagant understanding of the social function and social responsibility. Concerning the technical investigation, this research disposed of a questionnaire, which had the pursuit to provide a quantitative-descriptive diagnosis of the attention given to social responsibility, by those companies, and finally, the technical literature for the formation of the theoretical framework used in the construction the entire monograph. although in general scale, the companies in Sousa, once their behavior is changing, accompanying the company's current management taking into consideration environmental and social concerns, and dealing with this new way of managing its activities as the only means of staying in the competitive market. They are aware that to compete most effectively, they should introduce strategies to reduce costs, information technology, quality, all of this, based on environmental and socially responsible practices to get the new consumer, how to work with the current manpower available, new investors and stand in front of other organizations.

**Keywords:** Company. Social-environmental Responsibility. Corporate Management

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>2 DA EMPRESA.....</b>	<b>12</b>
2.1 ORIGEM E EVOLUÇÃO HISTÓRICA.....	12
2.2 A TEORIA DA EMPRESA NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO .....	18
2.3 DA FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA .....	22
<b>3 RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA .....</b>	<b>30</b>
3.1 VISÃO HISTÓRICO-EVOLUTIVA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	30
3.2 DEFINIÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	34
3.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO ...	37
3.4 RESULTADOS DAS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA AS EMPRESAS .....	43
<b>4 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DA EMPRESA .....</b>	<b>48</b>
4.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL .....	48
4.2 GESTÃO SOCIOAMBIENTAL DAS EMPRESAS .....	55
4.3 PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: ESTUDO DE CAMPO NAS EMPRESAS DE SOUSA .....	59
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>67</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>70</b>
<b>APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO .....</b>	<b>75</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Ingressada a sociedade contemporânea em uma fase específica situada no pós-neoliberalismo, marcada pelo aumento da complexidade dos negócios, o avanço de novas tecnologias, o incremento da produtividade e associado a tais fatores, o desequilíbrio social, abalizado pela má distribuição de renda, e conseqüentes, disparidades na desigualdade social e nos altos índices de pobreza, sem esquecer, principalmente da degradação desenfreada ao meio ambiente, destaca-se o papel da empresa, que deixa de lado o aspecto privatista e egoísta dos sentimentos norteadores na busca exclusiva pelo lucro e busca uma postura diferenciada, que em sua gestão, ladeada pela expansão econômica, procura-se atender os dilemas sociais, através da adoção da ética na tomada de suas decisões, com boa imagem institucional no mercado, e atuando de forma ecologicamente responsável, isto é, sendo verdadeiramente eficiente, eficaz e efetiva.

Da mesma forma que evolui o conceito de Estado, o qual passou a ser responsável objetivamente pelos danos que causar a terceiros, progride a compreensão do homem como responsável pelos seus comportamentos e consolida-se a responsabilidade da empresa, como agente social e como maior culpada pelo desgaste dos recursos naturais. Desta forma, a empresa atual, para sobreviver às mudanças no mercado econômico, bem como contribuir na solução dos problemas que afetam a coletividade, adota a responsabilidade social em sua gestão.

Essa adoção não se resume às ações e programas isolados, mas é parte integrante do próprio modelo de gestão, sendo esta identificada com os anseios da sociedade, conduzindo seus negócios de maneira ética e humana, sem perder o foco nos seus desafios empresariais. Este modelo prevê a valorização do ser humano, o respeito ao meio ambiente e a promoção do bem-estar social. Tais valores caminham lado a lado com metas de produtividade e excelência. Além disso, com essa postura socioambiental, a empresa passa a estruturar melhor sua organização interna e formalizar ações que atendam as novas tendências do mercado, sendo questão de sobrevivência diante do cenário competitivo.

Assim sendo, o presente trabalho discutirá acerca da responsabilidade socioambiental, partindo da seguinte problemática: É a Responsabilidade Socioambiental adotada na gestão das Empresas do Município de Sousa-PB? E tendo como hipótese: Sim, haja vista que muitas empresas se destacam nos segmentos que desenvolvem, a nível regional e até nacional, bem

como a notória transformação da comunidade na qual está inserida e a satisfação de seus empregados.

E como objetivo geral se buscará analisar a atividade empresarial limitada em razão do princípio da função social da empresa, o qual vincula a busca da lucratividade aos interesses coletivos. E como objetivos específicos, se buscará constatar qualitativa e quantitativamente a preocupação da responsabilidade social na gestão das empresas de Sousa, apontar a diferença entre responsabilidade social e função social da empresa, para que se torne possível à compreensão sobre a temática posta, e levantar dados teórico-práticos para serem utilizados na comprovação das vantagens decorrentes de programas de responsabilidade social, adotados pelas empresas, objeto da pesquisa, como forma de promoção do desenvolvimento sustentável.

Para tanto, o estudo se desenvolverá mediante a aplicação do método de abordagem indutivo, onde por intermédio dos dados particulares de algumas empresas, suficientemente constatados, inferir-se-ão informações gerais. E como método de procedimento, se fará uso do histórico-evolutivo, direcionado, principalmente, à pesquisa acerca do Direito Comercial, desde seu surgimento, passando por todas as suas etapas até chegar à atual; e do estudo comparativo, a fim de traçar um paralelo entre a função social e a responsabilidade social e do exegético-jurídico, voltado à análise das proposições constitucionais e demais leis extravagantes que contribuem no entendimento acerca da função social e da responsabilidade social. E como técnica de pesquisa, se fará uso de um questionário, que terá como finalidade, apresentar um diagnóstico quantitativo-descritivo, da preocupação dada à responsabilidade social, nas empresas da cidade de Sousa-PB, e da pesquisa bibliográfica para a formação do referencial teórico a ser utilizado na construção de todo o trabalho monográfico.

Por encarar a responsabilidade social como um fator diferencial, como uma estratégia a mais para manter ou aumentar a rentabilidade e potencializar o desenvolvimento das empresas, bem como um meio de alcançar melhoria na qualidade de vida da sociedade, justifica a presente temática, posto que as práticas de responsabilidade social trazem vantagens para as empresas que as adotam, e para a comunidade na qual a empresa está inserida. Tendo em vista que uma empresa socialmente responsável, quando está bem economicamente, reflete na sociedade, sendo certo que empresas são as grandes fontes de geração de emprego e avanços tecnológicos, impulsionando a economia de todo um país.

Quanto à estrutura, o presente trabalho será sistematizado em três capítulos. O primeiro abordará inicialmente a origem e evolução histórica do Direito Empresarial até os dias atuais, ressaltando o conceito jurídico de empresa sob o enfoque da Teoria dos Perfis de

Asquini, analisando a configuração deste conceito no ordenamento jurídico brasileiro, detalhando-o. Em seguida, proceder-se-á ao estudo acerca da função social da empresa, como princípio limitador da iniciativa privada e distinguindo-a da responsabilidade social, suscitando o âmbito de atuação de cada uma e demonstrando a importância de diferenciá-las.

Por sua vez, o segundo capítulo apresentará o tema da Responsabilidade Social, destacando o contexto histórico-evolutivo da mesma, e seu conceito. Bem como sua previsão no ordenamento jurídico brasileiro, constitucional e infraconstitucionalmente, além de sua aplicação na jurisprudência e avaliará os resultados benéficos trazidos por suas práticas às empresas que a adotam em sua gestão.

E finalmente, no terceiro capítulo, estudar-se-á acerca da responsabilidade socioambiental, aglutinando o conceito de responsabilidade social ao desenvolvimento sustentável, sobre o qual será destacado seu conceito dado pelo Relatório Brundtland, apontando todas as suas dinâmicas e sua posição no ordenamento jurídico brasileiro. Bem como se enfocará a respeito da gestão ecológica ou ambiental, como instrumento para a empresa se sobressair no mercado competitivo que hoje se apresenta a ordem econômica, unindo-o a idéia de preservação ambiental e qualidade de vida das presentes e futuras gerações, expondo-se a análise dos dados da pesquisa realizada nas empresas do município de Sousa-PB, que buscará avaliar se tais empresas abarcam em suas gestões, práticas de responsabilidade socioambientais, demonstrando em percentuais tais resultados, através de leitura gráfica.

De forma que se verifique na prática empresarial uma aplicação efetiva e eficaz de um desenvolvimento econômico sustentável, fornecendo assim subsídios legais para as questões práticas que sedimentem a atual tendência sócio-jurídica do Direito Comercial, qual seja, manter o equilíbrio da economia de mercado, consubstanciada no Sistema Capitalista, com a supremacia dos interesses sociais constitucionalmente positivados, ou não, proporcionando assim, o alcance do princípio da dignidade humana.

## 2 DA EMPRESA

A produção de bens e serviços para o mercado não é consequência de atividade acidental ou improvisada, mas sim de atividade especializada e profissional, que se explica através de organismos econômicos permanentes nela predispostos. Estes organismos econômicos, que se concretizam por meio dos fatores de produção e que se propõem a satisfação das necessidades alheias, e, mais precisamente, das exigências do mercado geral, tomam na terminologia econômica o nome de empresa, a qual de acordo com Ferri (1956 *apud* REQUIÃO, 2008, p.49):

[...] é um organismo econômico, isto é, se assenta sobre uma organização fundada em princípios técnicos e leis econômicas. Objetivamente considerada, apresenta-se como uma combinação de elementos pessoais e reais, colocados em função de um resultado econômico, e realizada em vista de um intento especulativo de uma pessoa, que se chama *empresário*. Como criação de atividade organizativa do empresário e como fruto de sua idéia, a empresa é necessariamente aferrada à sua pessoa, dele recebendo os impulsos para seu eficiente funcionamento.

O conceito jurídico de empresa se assenta nesse conceito econômico. Juridicamente, empresa consiste na atividade econômica organizada destinada a produção e circulação de bens e serviços, com objetivo de obter lucro, dirigida por uma pessoa física ou jurídica, denominada empresário, o qual assume por sua conta e risco o exercício dessa atividade.

A empresa é um notável agente de transformação da sociedade, pois assume novos papéis a cada dia, o que a conduz a alcançar paralelo ao lucro, um desenvolvimento economicamente viável, socialmente justo e sustentável do ponto de vista ambiental, cumprindo desta forma, sua função social e responsabilidade social. Ao assim proceder, a empresa passa a ser vista como um organismo social, do qual o Estado e os indivíduos se utilizam para entender sua necessidade quer sejam individuais, quer sejam coletivas.

### 2.1 ORIGEM E EVOLUÇÃO HISTÓRICA

O Direito tem uma realidade histórico-cultural, não admitindo o estudo de qualquer de seus ramos sem que se tenha uma noção do seu desenvolvimento dinâmico no transcurso do tempo. Ao estudar o passado, é possível compreender o desenvolvimento no decorrer dos

anos, o que se mostra uma necessidade premente. Ao examinar o Direito de Empresa, há necessidade de lembrar-se de sua gênese e de seu desenvolvimento no decorrer do tempo, entendendo conceitos e instituições que foram surgindo com o passar dos lustros.

Na obra que perdura até os dias atuais, expressando o gênio do pensamento helênico- A República, de Platão, o filósofo, ao perquirir a origem da justiça, indaga primeiro a origem do Estado. Precisamente pela impossibilidade em que se encontram os indivíduos de saciarem, com suas próprias aptidões e recursos, todas as suas necessidades, é que são levados a se aproximarem uns dos outros para trocar os produtos excedentes de seu trabalho. O homem por isso tende à vida em grupo, constituindo-se em sociedade.

Essa fase primitiva da sociedade, caracterizada pela permuta dos produtos do trabalho individual efetuada diretamente de produtor a consumidor, em movimento equivalente, chama-se economia de troca ou escambo. Com o desenvolvimento da civilização, e conseqüente, multiplicação das necessidades, esse mecanismo de troca torna-se insuficiente, surgindo, uma mercadoria-padrão, que serve de intermediária no processo circulatório. Conchas, animais, sobretudo bois e posteriormente, metais preciosos, serviam como denominador comum do valor que facilitam as trocas, sendo, portanto, moeda.

Tal fase é a denominada economia de mercado ou monetária. Nesta, o produtor já não mais produz para a troca, visando ao imediato transpasse de sua mercadoria em contraposição com a aquisição da de outro, com quem opera, ao contrário, passa a produzir para vender, adquirindo moeda, para aplicá-la como capital em novo ciclo de produção, o que o possibilita especializar-se em uma só linha de produção, para a qual se considera mais hábil ou que melhor proveito lhe proporciona.

Percebe-se, desta forma, que com o desenvolvimento do comércio, a princípio dentro da própria cidade, depois entre duas ou mais cidades e, por fim, entre países, este passa a desempenhar sua função econômica e social, unindo indivíduos e aproximando os povos, tornando-se elemento de paz e solidariedade, numa intensa ação civilizadora, além de gerar riquezas e contribuindo para a evolução e desenvolvimento das cidades, como bem assevera Medeiros (2011, p. 03):

O comércio exerceu uma colaboração muito importante nas sociedades, no desenvolvimento de novas tecnologias e, principalmente, na melhoria de infraestrutura através da construção de estradas, ferrovias, portos, pontes etc., o que veio a facilitar o fluxo de mercadorias em nível planetário, até resultar no processo de globalização.

É na Mesopotâmia antiga que se depara com os primeiros relatos acerca das práticas dos atos de comércio e de sua regulamentação. Nesse sentido, a História do Direito, ensina que as primeiras regras sobre pecuária, agricultura, empréstimos, juros e outros assuntos relacionados ao Direito Comercial foram tratados naquela civilização, por meio do Código de Hamurabi (MAMEDE, 2007). Porém, outros institutos do Direito Comercial - falência, contratos mercantis, ação pauliana, fraude contra credores, entre outros- tiveram suas origens no Direito Romano, apesar de os romanos antigos não conhecerem regras específicas de Direito Comercial. Verifica-se desta feita, que o Direito Comercial sofreu fortes influências tanto do Direito Mesopotâmico, quanto do Direito Romano, mas que estas normas e regras não chegaram a formar um corpo sistematizado, a que se pudesse denominar “direito comercial”.

Segundo o referido autor, o Direito Comercial, enquanto sistema orgânico de normas surgiu na Idade Média, diante de uma necessidade de regulamentar as relações entre os novos personagens que se apresentaram ao mundo, os comerciantes. A atividade mercantil ganhou impulso em tal período, acompanhado do surgimento da moeda, da mercancia lucrativa e das corporações de ofício, configurando o Direito Comercial como disciplina autônoma do Direito, pois foram criados foros próprios, a saber, os Tribunais do Comércio, para dirimir os litígios mercantis.

Em sua origem e evolução o Direito Comercial é explicado com base em três teorias, a saber: Teoria Subjetiva ou Corporativista; Teoria Objetiva ou dos Atos de Comércio; e Teoria da Empresa. A princípio, começa a se desenvolver um Direito Comercial, essencialmente baseado em costumes, com a formação das corporações de mercadores surgidas em virtude das condições avessas ao desenvolvimento do comércio e pelo fato de que o Direito Civil rígido e formal por natureza não acompanhava as constantes mudanças ocorridas na seara comercial, uma vez que se mostrava precário para assegurar e garantir as relações comerciais, fora do formalismo que o Direito Romano remanescente impunha. Como principal e organizada classe, enriquecida de recursos, estas corporações obtêm grande sucesso e poderes políticos, a ponto de conquistarem a autonomia para alguns centros comerciais, de que citam exemplos as poderosas cidades italianas de Gênova, Florença, Veneza, Amalfi e outras (o poder econômico e militar de tais corporações foi tão grande que foi capaz de operar a transição do regime feudal para o regime das monarquias absolutas).

Diante disso, o ramo do Direito em análise, aparece nessa primeira fase, com um caráter eminentemente subjetivista, já que foi elaborado pelos comerciantes reunidos nas corporações para disciplinar suas atividades profissionais, caracterizando-se, no início, como

um direito corporativista e fechado, restrito a eles. Neste sentido corrobora Requião (2007, p.11) que, tem-se “nessa fase, o período estritamente subjetivista do direito comercial a serviço do comerciante, isto é, um direito corporativo, profissional, especial autônomo, em relação ao direito territorial e civil, e consuetudinário [...]”.

Como os costumes formados e difundidos pelos mercadores só a estes estavam vinculados, observa o autor mencionado (ibidem), que:

[...] a determinação da competência judiciária dos cônsules, pelo exercício da profissão comercial, não era suficiente, pois nem toda a vida e a atividade do comércio eram absorvidas pela sua profissão, impondo-se a necessidade de delimitar o conceito de matéria de comércio.

Dessa forma, com o passar do tempo, os comerciantes passaram a praticar atos acessórios, que surgiram ligados à atividade comercial, mas logo se tornaram autônomos, sendo utilizados inclusive por quem não era comerciante. Já não era suficiente a concepção de Direito Comercial como direito dos comerciantes, era necessário estender seu âmbito de aplicação para disciplinar relações que não envolvessem comerciantes. O que fez decorrer a partir desse momento o sistema objetivista, o qual desloca o centro do Direito Comercial para os chamados atos de comércio, independente do autor do ato, tem-se assim, a segunda fase do Direito Comercial, baseada na Teoria dos Atos de Comércio.

Nessa segunda fase que se inicia com o liberalismo econômico e se consolida com o Código Comercial Francês, de 1808, as corporações de ofício são abolidas e é estabelecida a liberdade de trabalho e de comércio, passando o Direito dos Atos de Comércio a ser extensivo a todos que praticassem determinados atos previstos em lei, tanto no comércio e na indústria, como em outras atividades econômicas, independentemente da classe. No Brasil, tal sistema foi adotado pelo Código Comercial Brasileiro de 1850. Em 1834, uma comissão de comerciantes apresentou ao Congresso Nacional um projeto de Código Comercial, que após uma tramitação de mais de 15 anos originou o primeiro código brasileiro, o Código Comercial (Lei nº 556, de 25 de junho de 1850), que foi baseado nos Códigos de Comércio de Portugal, da França e da Espanha.

Cumprе ressaltar que embora o Código Comercial Brasileiro, primeira parte, fosse baseado na Teoria dos Atos de Comércio, em nenhum dos seus artigos apresentava a enumeração dos atos de comércio, como fez o Código Comercial Francês de 1807. Essa ausência da enumeração dos atos de comércio no Código Comercial foi proposital, justificando-se pelos problemas que a enumeração causava na Europa, onde eram conhecidas

grandes divergências doutrinárias e jurisprudenciais referentes à caracterização da natureza comercial ou civil de determinadas atividades econômicas em razão da enumeração legal dos atos de comércio. Temendo que essas divergências e disputas judiciais se repetissem no país, o legislador brasileiro preferiu, após grandes discussões na fase de elaboração do Código Comercial, não inserir a enumeração dos atos de comércio na Lei nº 556, de 1850.

Esta teoria não se adaptou à realidade, pois a caracterização do comerciante ficou a depender da prática habitual de certos atos de comércio, sendo difícil de ser caracterizados devidamente. Assim, a ausência na legislação de um conceito comum e objetivo do que seria ato de comércio, acarretou o descrédito da Teoria Objetivista, surgindo, pois, a necessidade de se criar um novo critério para caracterizar a matéria comercial, de maneira que fossem atendidas as necessidades do atual estágio econômico.

Hodiernamente, surge uma nova concepção que qualifica o Direito Comercial como o Direito das Empresas. Nesta fase histórica, o Direito Comercial reencontra sua justificação não na tutela do comerciante, mas na tutela do crédito e da circulação de bens ou serviços, elementos estes, aplicados pela Teoria da Empresa. O cerne dessa teoria está nesse ente economicamente organizado que se chama empresa, a qual pode se dedicar tanto a atividades eminentemente comerciais como a atividades de prestação de serviços ou agricultura, antes não abrangidos pelo Direito Comercial. Para a citada teoria todo empreendimento organizado economicamente para a produção ou circulação de bens ou serviços está submetido à regulamentação do Direito Comercial. Afirmo Bulgarelli (2000, p.19) que “nos dias que correm, transmudou-se o direito comercial de mero regulador dos comerciantes e dos atos de comércio, passando a atender à atividade, sob a forma de empresa, que é o atual fulcro do direito comercial”.

Porém, vale ressaltar que a dificuldade da teoria da empresa é justamente estabelecer o conceito jurídico de empresa, uma vez que esta é um organismo econômico, isto é, se assenta sobre uma organização fundada em princípios técnicos e leis econômicas, e conseqüentemente, o seu conceito jurídico está contido no próprio conceito econômico, como corrobora Requião (2008, p.57), segundo o qual:

Empresa é a organização técnico- econômica que se propõe a produzir mediante a combinação dos diversos elementos, natureza, trabalho e capital, bens ou serviços destinados à troca (venda), com esperança de realizar lucros, correndo os riscos por conta do empresário, isto é, daquele que reúne, coordena e dirige esses elementos sob a sua responsabilidade.

Trabalha o jurista, portanto, sobre o conceito econômico para formular a noção jurídica de empresa. É claro que nem todos os aspectos econômicos da empresa interessam ao Direito Comercial. O fenômeno produtivo em si, transformação técnica da matéria-prima em produto manufaturado, pronto para o consumo, escapa evidentemente ao interesse e à regulamentação jurídica, sendo próprio da cogitação do economista. É preciso compreender que a disciplina da empresa é a da atividade do empresário, e a tutela jurídica é a disciplina dessa atividade.

Neste aspecto, Segundo Comparato (1996), o jurista Asquini é o pioneiro no desbravar desta selva de dificuldades sobre a novel instituição da empresa. Percebeu este jurista que as dificuldades com que se deparavam os comercialistas decorriam da complexidade do fenômeno *empresa*, pois não lhes era possível obter conceito unitário. Desta forma, na *Rivista Del Diritto Commerciale* (v.41-I, 1943), Asquini desenvolveu o famoso estudo sobre o fenômeno poliédrico da empresa. De acordo com Comparato (1996, p. 109.), segundo o qual “é o conceito de um fenômeno econômico poliédrico o qual tem sob o aspecto jurídico, não um, mas diversos perfis em relação aos diversos elementos que o integram”.

Vislumbra, então, o jurista italiano, a empresa sob quatro diferentes perfis: a) perfil funcional, que vê a empresa como atividade empreendedora; b) perfil subjetivo, que vê a empresa como sujeito de direito, confundida com o empresário; c) perfil objetivo, que vê a empresa como objeto de direito, confundida com o estabelecimento empresarial; d) perfil corporativo, que vê a empresa como corporação ou instituição. Para Requião (2008), quanto ao perfil subjetivo, emerge da definição de empresário que o Código Italiano oferece em seu artigo 2.082 (p. 55, *ibidem*) que “É empresário quem exerce profissionalmente uma atividade econômica organizada com o fim de produção ou de troca de bens e serviços.” Quanto ao perfil funcional, explica Comparato (1996) que, do ponto de vista funcional ou dinâmico, a empresa aparece como aquela particular força em movimento que é a sua atividade dirigida a um determinado escopo produtivo. O perfil patrimonial ou objetivo, ou a empresa como estabelecimento, resulta da projeção do fenômeno econômico sobre o terreno patrimonial, que de acordo com Requião, (2008, p. 56) “dá lugar a um patrimônio especial distinto para o seu fim, do remanescente patrimônio do empresário”. E pelo perfil corporativo, a empresa é considerada como organização de pessoal, formada por empresário e seus colaboradores, em função de um objetivo comum, qual seja, um melhor resultado econômico da produção.

Conforme exposto por Comparato (1996), da obra de Asquini, surgiu a afirmação de que apesar da dificuldade de se delimitar o conceito jurídico de empresa, foi com o Código Civil Italiano de 1942 que se verificou a implantação dessa teoria, instituindo um regime legal

amplo para a empresa, regulando os aspectos das relações de trabalho no âmbito da mesma, disciplinando o estabelecimento comercial e regulando o exercício de atividade pelo empresário. Com tal teoria, o Direito Comercial passa a ser baseado e delimitado na atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens e serviços, libertando-se da arbitrária divisão das atividades econômicas segundo o seu gênero, como previa a Teoria dos Atos de Comércio. Praticamente de forma unânime, os juristas se valem da mencionada doutrina poliédrica da empresa para apresentar o panorama divergente de significados conferidos à empresa pelas legislações.

## 2.2 A TEORIA DA EMPRESA NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

Durante o período colonial, as relações jurídicas no Brasil pautavam-se, como não poderia deixar de ser, pela legislação de Portugal. Tal quadro perdurou até a proclamação da Independência, onde em 1823, convocada a Assembléia Constituinte e Legislativa, promulgou-se a Lei de 20 de outubro, que trás em seu escopo o mandamento de continuidade, no Império, das leis portuguesas vigentes a 25 de abril de 1821. Entre essas leis é de ressaltar, em matéria comercial, pela sua influência e importância, a Lei da Boa Razão, surgida em 18 de agosto de 1769, que como aduz Requião (2008, p.16):

[...] autorizava invocar-se como subsídio nas relações mercantis as normas legais das 'nações cristãs, iluminadas e polidas, que com elas resplandece na boa, depurada e sã jurisprudência'. Essa curiosa lei tornava plausível a invocação do direito estrangeiro como subsidiário do direito lusitano e, agora, brasileiro.

O espírito nacional do jovem Império passou a exigir como afirmação política de sua soberania, a criação de um Direito próprio, consentâneo com os seus interesses e desenvolvimento. E em 25 de junho de 1850, foi promulgada no Brasil a Lei 556, que estabeleceu o Código Comercial do Império do Brasil, o qual teve como fontes próximas o Código Francês de 1807, o Espanhol de 1829 e o Português de 1833, e tentou identificar o comerciante por meio da matrícula dos Tribunais de Comércio do Império e pela prática habitual da mercancia. Porém, em decorrência da dificuldade de conceituar mercancia, fora editado o Regulamento nº 737, o qual adotou, expressamente, a Teoria dos Atos do Comércio, ao definir em seu artigo 19 as atividades sujeitas à jurisdição comercial.

Somente, em 2002, com a promulgação do Código Civil Brasileiro, o Brasil adotou a Teoria da Empresa. O modelo do Códex Civil Brasileiro inspira-se no perfil do Código Italiano de 1942, reunindo em uma única lei as regras do Direito Privado (regras civis e mercantis), como reforço à superação da idéia do Direito Comercial e direito dos comerciantes e dos atos de comércio, passando o seu núcleo ser a empresa. A antiga figura do comerciante transforma-se no empresário, que passa a ser o principal elemento do Direito Comercial, já que é ele quem organiza o estabelecimento empresarial e exerce a atividade econômica.

As mesmas dificuldades encontradas no direito estrangeiro para definir empresa no aspecto jurídico repetem-se na doutrina nacional. Influenciado pelas dúvidas dos juristas italianos de 1942, o Projeto do Código Civil evitou definir empresa, conceituando apenas o empresário. Segundo Gladston Mamede (2008, p. 31):

O desafio teórico passou a ser a definição do que seja a empresa. O legislador brasileiro não se ocupou minuciosamente disso, resumindo-se a afirmar que empresários e sociedades empresárias são aqueles que exercem profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou de serviços.

Caracteriza-se como empresário, segundo o art. 966 do referido código, a pessoa física (empresário individual) ou a pessoa jurídica (sociedade empresária) que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços. E assim sendo, conforme Requião (2008, p.59), pode-se conceituar empresa como a atividade econômica organizada. Tal definição de empresa, em uma análise sob o enfoque da Teoria poliédrica de Asquini, não resta dúvida quanto à adoção da acepção funcional da empresa, ou seja, o Código Civil Brasileiro, em seu art. 966, considera empresa como atividade do empresário.

A definição de empresário, e, pois, de quem exerce a atividade organizada, denominada empresa, dada pelo dispositivo do Código Civil em comento, é considerada sob a perspectiva de seus quatro elementos constitutivos, analisados uns em relação aos outros, quais sejam: a organização; a atividade econômica; o fim lucrativo e a profissionalidade, visando a produção e circulação de bens e serviços. De modo que, a ausência de tais requisitos, via de regra, ocasionará a inexistência da empresa para o ordenamento jurídico.

A organização é realizada a partir do agrupamento harmonizado de diferentes fatores que, somados permitem que seja implementada a atividade empresarial, quais sejam: recursos naturais (matéria-prima); capital ou recursos financeiros (podem ser: bens móveis, imóveis,

dinheiro, máquinas, equipamentos etc.); mão-de-obra humana disponibilizada para se chegar ao fim almejado e tecnologias (conhecimentos técnicos). Nesse sentido, Fiuza (2007, p. 293) afirma que:

Os recursos de produção são também denominados fatores de produção. Eles são constituídos pelas dádivas da natureza (fator terra), pela população economicamente mobilizável (fator trabalho), pelas diferentes categorias de capital (fator capital) e pelas capacidades tecnológicas (fator tecnologia). Do emprego desses fatores de produção, de sua disponibilidade, de suas qualificações ou capacitações, das formas de sua mobilização e de sua interação resultam os padrões de atendimento das ilimitáveis necessidades individuais e sociais.

É interessante acrescentar ainda, que o citado autor, soma ao elemento organização, as relações jurídicas realizadas pelo empresário com as pessoas que o fornecem tais fatores de produção, através de contratos. Assim, preleciona Fiuza (2007, p. 295):

Desse modo, se a empresa pode ser economicamente concebida como organização dos fatores produtivos, deve ser compreendida não apenas como o conjunto composto por terra, capital, trabalho, tecnologia e matérias-primas (visão estática da empresa), mas também como o conjunto das transações jurídicas (contratos) que deve implementar para organizar e manter em funcionamento tais fatores de produção (visão dinâmica da empresa).

Logo, o requisito organização constitui a estrutura desenvolvida para o exercício da atividade empresarial, seja do ponto de vista estático, a saber, agrupamento dos fatores de produção, como também, do ponto de vista dinâmico, ou seja, a empresa vista em funcionamento, em atividade, através das relações jurídicas a ela inerentes.

No que tange ao fim lucrativo e a produção de riquezas, o desempenho regular, habitual e estável de uma atividade produtiva de bens e serviços para geração de lucro, é a idéia diretiva da empresa. Apesar de hodiernamente, a empresa revelar uma nova visão calcada na função social e responsabilidade sócio-ambiental, não pode dissociá-la de seu fim mais desejado, que é o lucro. Assevera Diniz (2006, p.700) que:

[...] o empresário só se dedicará a empresa se os custos que ela acarreta forem menores do que seus ganhos, proporcionando lucro por ele legitimamente buscado e esperado. Pois, o empresário, seu titular, somente encontra incentivo para exercê-la se ela, a empresa, ainda estiver em condições de proporcionar-lhe, entre as diferentes formas pelas quais pode praticar sua atividade profissional, a melhor relação entre os ganhos e os custos de produção, de oportunidade e de transação.

Desta forma, pode-se afirmar que não haverá produção e conseqüentemente, empresa, se a mesma não for capaz de criar riquezas e de gerar o tão esperado lucro. Bem como, faz-se necessário que atividade desenvolvida seja habitual, e nos termos do artigo 966 do Código Civil, profissional. O profissionalismo abarca a habitualidade, a pessoalidade e o monopólio de informações. Por habitualidade entende-se ser a continuidade da atividade explorada, ou seja, atividade exercida de forma sistemática e contínua pelo empresário. Porém, tal continuidade, não significa necessariamente impossibilidade de interrupção do exercício da atividade, o que ocorre com as atividades sazonais como hotelaria. O importante ao se caracterizar a habitualidade é a repetição da atividade, ou seja, se o empresário trabalha todo período de alta temporada de determinados anos, sua atividade é habitual; porém, se o faz nos anos em que está de férias, nesse período, não se fala em atividade empresarial.

A pessoalidade, no exercício da atividade pelo empresário, também é um dos requisitos do profissionalismo. Todo empresário exerce sua atividade pessoalmente, na medida em que, contratam empregados ou auxiliares que produzem ou circulam bens e serviços em seu nome. O monopólio das informações, segundo Coelho (2005, p. 13):

[...] é requisito essencial à definição de profissionalismo, na medida em que, o empresário deve possuir o maior número de informações possíveis sobre as peculiaridades de sua atividade. Quanto maior o volume de informações possuídas pelo empresário, menor o risco na exploração da atividade.

Percebe-se, pois, que o empresário, para que seja caracterizado com tal, deve exercer atividade econômica de forma habitual, pessoal e economicamente organizada. E como acrescenta Requião (2008, p.76), “é um servidor da organização de categoria mais elevada, à qual imprime o selo de sua liderança, assegurando a eficiência e o sucesso do funcionamento dos fatores organizados”.

Pode-se apontar também, como elementos caracterizadores do empresário, a iniciativa e o risco. O poder de iniciativa pertence-lhe exclusivamente, cabendo determinar o destino da empresa e o ritmo de sua atividade, podendo, valer-se da atuação e colaboração de outrem, mas a ele cabe a decisão, no caso de diversidade de perspectiva, escolher o caminho que lhe pareça mais conveniente. Compensando o poder de iniciativa, os riscos são todos do empresário, pois goza ele das vantagens do êxito e amarga desventuras do insucesso e da ruína.

Cumprido destacar que ao exercitar a atividade empresarial, o empresário poderá fazê-la, individualmente, ou como sociedade empresária, a saber, empresa coletiva. A firma mercantil

individual, exercida pelo empresário individual é registrada no Registro Público de Empresas Mercantis, constituída a partir de seu nome, completo ou abreviado, podendo a ele ser aditado designação mais precisa de sua pessoa ou do gênero de atividade. Consiste na própria pessoa física ou natural, respondendo seu patrimônio pessoal pelas dívidas contraídas, vez que o Direito Brasileiro não admite figura do empresário individual com responsabilidade limitada e conseqüentemente, a distinção entre patrimônio empresarial e o patrimônio particular do empresário, pessoa física.

Por sua vez, sociedade empresária, prevista no art. 982, do Código Civil, é a que “tem por objeto o exercício de atividade própria de empresário sujeito a registro; e simples, as demais”. Sendo assim, tem-se que sociedade empresária é aquela que tem por objeto a exploração habitual de atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou de serviços, sempre com o escopo de lucro. Explora, pois, de forma profissional a empresa, resultado da ordenação de trabalho, capital e, tecnologia.

A principal distinção, e mais didática, entre empresa e sociedade empresária, de acordo com Requião (2008), é a que vê na sociedade, o sujeito de direito, e na empresa, mesmo como exercício de atividade, o objeto de direito. A sociedade empresária, desde que esteja constituída nos termos da lei, adquire categoria de pessoa jurídica, tornando sujeito de direitos e obrigações. A sociedade, assim, é empresária, jamais empresa. É a sociedade, como empresário, que irá exercitar a atividade produtiva.

Portanto, é a empresa a atividade econômica organizada destinada a produção e/ou circulação de bens e/ou serviços, exercida em caráter habitual e profissional, cuja finalidade principal é a obtenção de lucro e geração de riquezas, sendo dirigida por uma pessoa física ou jurídica, denominada empresário, o qual por sua conta e risco organiza e sistematiza os elementos necessários para constituir a empresa e obter os lucros decorrentes da organização dos fatores de produção.

### 2.3 DA FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA

Na vigente ordem constitucional, por meio do intervencionismo gerencial público no processo econômico, o Estado Democrático de Direito deixa de explorar diretamente os empreendimentos de ordem econômica, transferindo-os para a iniciativa privada, porém não permite que seja desviado para empreendimentos abusivos, incompatíveis com o bem estar

social e com valores éticos cultivados pela comunidade, por força dos princípios econômicos constitucionalmente assegurados que regem o uso da propriedade dentro de parâmetros que indicam a preocupação do Estado com a sociedade, mitigando o direito de propriedade, antes inatacável, atrelando-o à necessidade desta em atender sua função social.

O processo de intervenção legislativa na seara do Direito Privado, elevando ao plano constitucional os princípios fundamentais que regem tal direito e conseqüentemente, o Direito de Empresa, é denominado publicização da Empresa, que tem como objetivo, dar maior preponderância aos valores sociais. Neste sentido, lembra Lemos Júnior (2009, p.214) que “a partir do momento em que algumas Constituições, como a brasileira de 1988, passaram a inserir em seu texto disposições sobre a atividade econômica, pode-se pensar em um processo de publicização da empresa”. Vale ressaltar, todavia, que tais mudanças no âmbito empresarial, não negaram seu caráter privado, uma vez que o Direito Empresarial se conserva predominantemente no âmbito do Direito Privado, contudo, seus institutos, e, em especial a empresa, devem ser interpretados conforme os ditames da norma constitucional, impregnando-se de um enorme caráter público.

Ao traçar os princípios gerais da atividade econômica em seu artigo 170, a Constituição Federal de 1988, o faz prevendo a valorização do trabalho humano e garantindo a livre iniciativa a qual é concedida mediante uma contraprestação da própria empresa que deverá participar da integração do cidadão à coletividade, garantindo-lhe um bem estar e uma vivência digna pautadas na idéia de justiça social. Assim, verifica-se, que a Carta Magna concentra em seus dispositivos as garantias e as limitações ao exercício da atividade econômica, indicativas, pois, da intervenção estatal na atividade empresarial.

Em conformidade com Lemos Junior (2009) tem-se que as garantias podem ser representadas pela possibilidade de apropriação privada dos bens de produção e pela livre concorrência, enquanto que as limitações são representadas pela valorização do trabalho humano, busca do pleno emprego, função social da propriedade, respeito aos direitos dos trabalhadores e consumidores, intervenção do estado na atividade econômica para exercer ou regular essa atividade, entre outros. Assim sendo, com finalidade de regular e orientar a ordem econômica brasileira, bem como facilitar a atividade do interprete e operador do direito, a Carta Magna de 1988, estabeleceu no dispositivo mencionado, os princípios gerais da atividade econômica, que pela importância que o mesmo possui com relação ao estudo em desenvolvimento, transcreve-se a seguir:

**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.

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

Ressalte-se que é inconteste a natureza principiológica de todos os comandos contidos no *caput* e incisos do art. 170 da Constituição Federal, conforme preleciona Tavares (2006, p. 128), segundo o qual:

Não deve haver dúvida quanto à natureza principiológica de todos esses comandos. Além daqueles princípios fundamentais – livre iniciativa e valor social da iniciativa humana – enumerados em seu *caput*, o art. 170 da Constituição relaciona em seus nove incisos os princípios constitucionais da ordem econômica, afirmando que esta tem por fim assegurar a existência digna, conforme os ditames da justiça social, respeitados os seguintes princípios: soberania nacional, propriedade privada, função social da propriedade, livre concorrência, defesa do consumidor, defesa do meio ambiente, redução das desigualdades regionais e sociais, busca do pleno emprego e tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no país. Estes princípios perfazem um conjunto cogente de comandos normativos, devendo ser respeitados e observados por todos os ‘Poderes’, sob pena de inconstitucionalidade do ato praticado ao arrepio de qualquer deles. Portanto, serão inadmissíveis (inválidas) perante a ordem constitucional as decisões do Poder Judiciário que afrontarem estes princípios, assim como as leis e qualquer outro ato estatal que estabeleçam metas e comandos normativos que, de qualquer maneira, oponham-se ou violem tais princípios.

Desta feita, propõe-se que os princípios constitucionais citados, sejam interpretados como fundamentos de toda a ordem econômica, ultrapassando, assim, eventuais e restritas funções de normas que se apresentam como meramente informadoras do sistema.

Com essa limitação da autonomia privada imposta pelo Estado, destaca-se, neste rol do art. 170, em seu inciso III, o princípio da função social da propriedade, princípio utilizado para limitar a autonomia da propriedade privada, em prol do bem estar social, no qual a função social da propriedade empresarial deve ser interpretada como um dos fundamentos de toda a ordem econômica, ultrapassando, assim, eventuais e restritas funções de normas que se

apresentam como meros informadores do sistema.

Na acepção jurídica, tem-se “função” como sendo “dever de agir”, atribuído ou conferido por lei a uma pessoa, ou a várias, a fim de assegurar a vida da administração pública ou o preenchimento de sua missão, segundo os princípios instituídos pela própria lei. (SILVA, 2008, p. 135). E por sua vez, o termo “social”, deve ser compreendido como algo pertencente a sociedade humana considerada como entidade dividida em classes graduadas, segundo posição na escala convencional. Assim, juntando as duas palavras, definiu-se um objetivo a ser alcançado em benefício da sociedade em detrimento do direito individual. Para Tomasevicius Filho (2003, p.39), é a função social:

[...] o exercício de um direito subjetivo, de tal modo que se atenda ao interesse público, não apenas no sentido de não impor restrições ao exercício desse direito, mas também no sentido de acarretar uma vantagem positiva e concreta para a sociedade. Dessa forma, entende-se a idéia de que a propriedade obriga ou que há um poder-dever de o indivíduo atender ao interesse público no exercício de seu direito subjetivo.

O Código Supremo de 1988 acolheu o direito à propriedade por meio do art. 5º, inserido no Título reservado aos Direitos e Garantias Fundamentais disposto no mesmo plano do direito à vida, à liberdade, igualdade. Na Lei Magna, o direito de propriedade alcançou status de direito inviolável, em sua extensão máxima, como riqueza patrimonial, (CF/88, art. 5º, XXII) e como princípio da ordem econômica (CF/88, art. 170, II), vinculando o referido direito à realização de uma função social. Verificando-se a exigência de que a empresa atenda a uma função social. Pois, para Silva (2008, p 138), “a propriedade é um direito assegurado que não pode ser desconsiderado, mas condiciona-se a sua utilidade que dependendo da espécie poderia inclusive ser socializada”.

Vê-se, portanto, que houve uma relativização do direito de propriedade, decorrência natural da necessidade de se atender novas situações sociais, que fazem emergir naturalmente uma função social. A qual surge da necessidade do estado moderno de limitar o individualismo, frente a exigência social de garantir o interesse da coletividade que não é satisfeita dentro do Estado Liberal atual. A liberdade não pode contrastar com a utilidade social em temas como segurança, dignidade humana, devendo prevalecer os interesses coletivos como a educação, a saúde, os transportes, a tutela ambiental, entre outras. A autonomia privada deixou de ser um valor em si. Os atos de autonomia privada, possuidores de fundamentos diversos, devem encontrar seu denominador comum na necessidade de serem

dirigidos à realização de interesses a funções socialmente úteis. Nesse sentido, Gama (2008, p. 02.):

A funcionalização tem por fim a reconstrução dos principais institutos do Direito moderno, objetivando alcançar novo equilíbrio entre os interesses meramente individuais e as necessidades coletivas e sociais. Nesse sentido, na atualidade, não há mais espaço para idéias que preguem a utilização egoística da propriedade [...]

Assim, tem-se o entendimento que a função social da propriedade é o equilíbrio ao direito da propriedade e a efetivação do fim social desta, outrossim, respeitados os preceitos legais e principiológicos, proporcionando benefícios individuais e coletivos. E em decorrência, a propriedade dos bens de produção, que é atribuída à empresa pela qual se realiza e efetiva o exercício do poder econômico, é incluída na proteção constitucional da propriedade, pois o Direito Constitucional de propriedade é bem mais amplo que o tradicional do Direito Civil. E por conseqüência, a função social da propriedade se estende à função social da empresa, que atende não só os interesses e a autonomia privada dos sócios, mas também da coletividade. Para Tomasevicius Filho (2003, p.40), constitui “a função social da empresa o poder-dever de o empresário e os administradores harmonizarem as atividades da empresa, segundo o interesse da sociedade, mediante a obediência de determinados deveres, positivos e negativos”.

Portanto, a função social da empresa desponta ancorada na função social da ordem econômica, preconizada pela Constituição, a fim de exigir das empresas no exercício de suas atividades econômicas, o cumprimento efetivo de sua função social, atendendo os interesses de todos os envolvidos na rede de produção e circulação de riquezas, a saber, os empregados, os consumidores, além de preocupação com o meio ambiente, pela busca do pleno emprego e enfim, a satisfação dos interesses de toda a comunidade, sem esquecer o objeto primeiro de qualquer empresa, que é o lucro. Nesta mesma linha de raciocínio encontra-se Lopes (2006, p.127), para o qual:

[...] o reconhecimento da função social da empresa não significa, escusa dizê-lo, que doravante toda companhia se transforme em órgãos público e que tenha por objetivo primordial, senão único, o vasto interesse público, mas deve ser visto no sentido de que a liberdade individual de iniciativa empresarial não torna absoluto o direito ao lucro, colocando-o acima do cumprimento dos grandes deveres da ordem econômica e social, igualmente expressos na Constituição.

Assim sendo, o Estado passa a intervir na economia, garantindo programas de desenvolvimento social e a empresa, em contrapartida, atua como colaboradora de tal

desenvolvimento, uma vez que não se pode esperar unicamente, pela iniciativa dos governantes, que sozinhos, já não conseguem mais atender às demandas econômicas, sociais, políticas e ambientais.

Vê-se desta forma que o intuito econômico e o caráter privado dos bens de produção continuam existindo e sendo respeitados, contudo, exige-se que tais bens sejam utilizados de acordo com sua finalidade social, sob pena de abuso de direito no exercício empresarial. Ademais, quem tem o privilégio de titularizar o direito de gozo sobre bens de produção, ainda que não seja o proprietário, não pode utilizá-los de forma egoística, mas há que buscar também fomentar fins socialmente relevantes. É ponto pacífico que a referida função social da empresa é um fim que tem de ser perseguido, protegido e fomentado pelo Estado, servindo de norte interpretativo do ordenamento jurídico quando estiver em evidência a empresa. Ressalta-se que o princípio em tela encontra-se respaldado não apenas na Lei Magna, pois de acordo com a Lei nº 6.404/76 (Lei das Sociedades Anônimas) tem a empresa uma função social a cumprir conforme expõe os seus artigos 116, parágrafo único e no artigo 154 *in verbis*:

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 têm 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. (grifos nossos).

[...]

Art. 154.[...] O administrador deve exercer as atribuições que a lei e o estatuto lhe conferem para lograr os fins e no interesse da companhia, satisfeitas as exigências do bem público e **da função social da empresa**. (grifos nossos).

No mesmo sentido, o Código de Defesa do Consumidor reconhece a sua função social da empresa ao estabelecer finalidades sociais e a obrigação de promover a proteção ao meio ambiente (CDC art. 51). Da mesma forma, o Direito do Trabalho também busca a realização da função social da empresa, pois com a valorização do trabalho o indivíduo desenvolve plenamente sua personalidade, bem como a busca do pleno emprego e a redução das desigualdades sociais são fatores que promovem a dignidade da pessoa humana.

Foi tratada também de modo expreso na Lei 11.101/05 (Lei de Recuperação Judicial e de Falência) quando em seu artigo 47 preconiza que a recuperação judicial tem por objetivo “viabilizar a superação da situação de crise econômico-financeira do devedor, a fim de permitir a manutenção da fonte produtora, do emprego dos trabalhadores e dos interesses dos

credores, promovendo, assim, a preservação da empresa, sua função social e o estímulo à atividade econômica”. Neste sentido, aduz Husni (2007, p. 86) que:

Parece-nos que empresa que tenham um engajamento adequado no cumprimento de sua função social, quer porque são ativas em projetos sociais ou porque possuem uma excelente política de relacionamento com seus trabalhadores e fornecedores por conta da adequação ao sistema de governança corporativa e que trabalham na linha de uma conduta ética empresarial, terão maiores possibilidades de obter êxito nas formulações contidas no plano que possam apresentar aos credores como forma de recuperação.

Encara-se desta forma, a função social como mecanismo para a perenização da atividade empresarial diante de uma situação de crise financeira, viabilizando o projeto de natureza recuperacional aliado a princípios que ainda não são muito usuais no mercado, sendo reconhecido pelos credores que irão se deparar com aspecto diferenciado e de grande importância para a inclusão social.

Do cumprimento ativo da função social decorre a idéia de empresa socialmente responsável, que contribui para com a justiça social no campo das exclusões e o desenvolvimento sustentável de forma plena e espontânea, sem imposição legal. Assim, cumpre diferenciá-lo da função social.

Viu-se que a função social da empresa, prevista constitucional e infraconstitucionalmente, dando-lhe tal fato, o caráter da exigibilidade, devendo obrigatoriamente, os empresários, diretores, administradores e sócios de sociedades empresárias exercerem a atividade empresarial, observarem o princípio da função social da empresa, sob pena de praticar o exercício abusivo do poder econômico. Desta característica da função social, extrai-se a primeira diferença para com a responsabilidade social, pois tal instituto consiste na realização de práticas voluntárias e eticamente corretas por parte dos empresários com vista à consecução dos interesses sociais, com ênfase na proteção do meio ambiente e na relação das desigualdades sociais. Menciona Tomasevicius Filho (2003, p. 46) que:

A responsabilidade social das empresas consiste na integração **voluntária** de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas e suas operações e na sua interação com a comunidade, colaborando com o Estado na busca da justiça social. Passam assim as empresas imbuídas destes valores a funcionar como agentes sociais, responsáveis pelo bem estar da sociedade, contribuindo com o desenvolvimento social do país, podendo ser classificado quando assim age externamente e internamente como empresa cidadã. (grifo nosso).

Outro aspecto diferenciador é a questão da função social da empresa está intimamente ligada com o objeto social da empresa, de forma que não se pode exigir da empresa o cumprimento de deveres que vão além daqueles decorrentes de seu objeto social e para os quais não fora criada. Enquanto que ocorrem práticas de responsabilidade social, quando o empresário voluntariamente, decide contribuir com objetos distintos de seu âmbito de atividades para fazer uma sociedade mais justa, contribuindo para o desenvolvimento social e ambiental da comunidade na qual está inserida. Como bem preceitua Husni (2007, p.88):

Os valores abrangidos que compõem o universo das empresas socialmente responsáveis extravasam a sua própria atividade empresarial e o seu objeto social, pois buscam interagir com um desenvolvimento sustentável e com as políticas públicas de forma a reduzir desigualdades sociais, num exercício de atividade não impositiva, realizada de forma estudada e proativa.

A importância da diferenciação entre função social e responsabilidade social está no fato de que encarando, o empresário, a função social como ato voluntário, tal qual se dá com a responsabilidade, tornaria a aplicação de tal princípio constitucional, ineficaz, retiraria dele seu caráter de fonte de imposição de comportamentos positivos da ordem econômica. Desta forma, torna-se extremamente importante traçar a distinção entre esses conceitos, pois como bem assevera Matias (2010, p. 26), “[...] a perfeita demarcação das teorias evita confusões e, identificados os campos de atuação, permite que sejam aproveitados apenas os aspectos positivos da inter-relação que se estabelece entre ambas”.

Vê-se, portanto, que a identificação e a confusão da função social da empresa com sua responsabilidade social pode servir à finalidade de dificultar-lhe sua aplicação e efetivação, à medida que condicionaria a sua aplicação a estrita discricionariedade dos empresários, fazendo com o seu atendimento fosse entendido como mero dever moral, carente de coercitividade jurídica, o que não condiz com os princípios norteadores da atividade econômica, bem como os objetivos de um Estado Democrático de Direito.

### 3 RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA

Com as profundas e aceleradas mudanças no cenário político-econômico em todo o mundo, impulsionadas pela globalização e pelo modelo capitalista neoliberal, é exigido da empresa um reposicionamento no que concerne a sua gestão, deslocando a primazia do individual para o coletivo, da independência para a cooperação. Pensar as expectativas de uma sociedade em relação ao meio empresarial é hoje, adotar ferramentas eficazes na busca da reparação da desigualdade e do desenvolvimento sustentável. E tal postura é firmada com a adoção da Responsabilidade Social em sua gestão, ou seja, integrar às estratégias comerciais, posturas éticas, sensíveis às necessidades dos grupos que, de alguma forma, são afetadas pelas atividades desenvolvidas pela empresa, buscando ao lado do lucro, o desenvolvimento social.

Percebe-se que a adoção da Responsabilidade Social no meio empresarial é um requisito para elas sobreviverem neste mercado em que suas práticas tragam vantagens vultosas para as mesmas. A empresa compromissada socialmente em uma linearidade e retidão de conduta, pode gerar reflexos positivos e desenvolvimentistas em qualquer região do globo que venha a se instalar.

#### 3.1 VISÃO HISTÓRICO-EVOLUTIVA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

A idéia de responsabilidade social surge juntamente com as preocupações e anseios da humanidade pela inclusão social, a igualdade e a garantia de direitos civis, a ética e a transparência nas relações e principalmente, a atenção ao desenvolvimento sustentável e a qualidade de vida. Antes de adentrar no trabalho de conceituação do instituto, é necessário rever a evolução do mesmo no decorrer do tempo até os dias atuais.

Inicialmente, faz-se necessário rever os preceitos da Revolução Francesa, século XVIII, expressos na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, aprovada em 26 de agosto de 1789 pela Assembléia Nacional, onde na sua segunda versão, de 1793, o conteúdo de seus trinta e cinco artigos demonstra um caráter eminentemente social. A exemplo, tem-se o artigo XXI que reza: “os auxílios públicos são uma dívida sagrada. A sociedade deve a subsistência aos cidadãos infelizes, quer seja procurando-lhes trabalho, quer seja assegurando os meios de existência àquelas que são impossibilitados de trabalhar”. Ao lado desse

pensamento social, detectavam-se valores como ética e transparência nas relações, de modo que, os revolucionários pregavam como requisitos para evitar a corrupção a sobreposição do bem comum sobre os interesses privados.

Concomitantemente à Revolução Francesa, na Inglaterra vivia-se a Revolução Industrial. A preocupação das classes dominantes era impedir o questionamento do poder, gerando um movimento contra a degradação dos costumes, os trabalhadores ingleses perceberam a necessidade de associação para enfrentar estes novos tempos e garantir a sobrevivência. A preocupação fundamental era o emprego e as condições de trabalho. Tal cenário gerava por vias transversais o surgimento de outro tema afeto à responsabilidade social: a qualidade de vida. Pode-se ilustrar tal afirmativa, com fragmento das idéias de Husni (2007. p. 28), relatando o pensamento dos trabalhadores da época em busca de qualidade de vida:

[...] os mineiros recusavam-se a aceitar que a burguesia ditasse normas sobre a maneira como deveriam viver e organizar sua vida familiar. O que reivindicavam era uma melhoria na vida de suas esposas e filhas, e observavam que, se as mulheres dos donos das minas podiam ficar em casa, isso também devia valer para as suas.

Depois da forte influência das revoluções citadas no surgimento da responsabilidade social, dá-se um salto para o século XXI, cujas razões são tão ou mais profundas que as do século XIX, uma vez que as transformações impulsionadas, sobretudo, pelo avanço tecnológico e pela globalização, vêm acompanhadas pelas preocupações sociais, tais como: a preservação dos recursos naturais frente a sua exaustão; a necessidade do mercado em atender a massa de consumidores seletivos e consciente e estender a vida útil da população economicamente ativa. Mais do que os Estados, as empresas são os principais agentes deste mundo em construção, devendo adequar-se ao mesmo, pois a globalização, em sua fase inicial principalmente, beneficia tão somente o grande capital e as corporações transnacionais, detentores das inovações tecnológicas, ocupando um lugar de desvantagem o “pequeno”. Nesse sentido, Gohn (1999 *apud* HUSNI, 2007. p. 31):

[...] as inovações tecnológicas que eliminam determinadas profissões ou funções na cadeia produtiva, pelas reengenharias administrativas no mercado de trabalho em geral, reduzindo cargos, hierarquias e funções e pelas reformas estatais nas leis públicas que possibilitam a flexibilização e a desregulamentação do sistema de normas e contratos sociais [...]

É nesse momento de exclusão realizado pelas mudanças de uma nova ordem mundial, que as empresas alertam-se para inovar suas gestões, estratégias e planejamentos. Precisam produzir pensando na qualidade de vida de seus trabalhadores, na comunidade na qual está inserida e principalmente, na qualidade de vida de seus consumidores, respeitando, por exemplo, as barreiras técnicas comerciais (TBT), estabelecidas pela Organização Mundial do Comércio (OMC), em 1986, as quais foram adotadas tendo em vista a segurança nacional, a proteção da saúde humana, vida animal, vegetal, meio ambiente e, por fim, para impedir as práticas enganosas em prejuízos dos consumidores (HUSNI, 2007).

Além disso, neste cenário emergente, a empresa adere ao desenvolvimento sustentável como alternativa ao esgotamento de recursos (matéria- prima) ou na reposição dos mesmos. Tal termo foi usado pela primeira vez em 1987, no Relatório Brundtland, um relatório elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criado em 1983 pela Assembléia das Nações Unidas. A definição mais usada para o desenvolvimento sustentável é a dada por este relatório, transcrita por Torres (2002, p. 87):

O desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades, significa possibilitar que as pessoas, agora e no futuro, atinjam um nível satisfatório de desenvolvimento social e econômico e de realização humana e cultural, fazendo, ao mesmo tempo, um uso razoável dos recursos da terra e preservando as espécies e os habitats naturais.

Empresas criam, para esta idéia de sustentabilidade, a certificação de procedimentos ecológicos, política e socialmente corretos. O grande desafio inescapável do capital é fazer com que todas as camadas de consumidores entronizem a importância dessas práticas.

O cenário degradante do Pós Segunda Guerra Mundial é um marco decisivo no surgimento das preocupações sociais no mundo moderno, pois este conflito foi o que gerou mais vítimas na história da humanidade, e, principalmente, no pós-guerra, com a Europa, Ásia e África devastadas e o surgimento de uma política global e bipolar, dominada pelas superpotências emergentes Estados Unidos (EUA) e União Soviética (URSS). Esta situação solicitou a presença do Estado mais do que nunca e o modelo adotado foi o do inglês John Maynard Keynes (1883-1946), o Welfare State: Estado do Bem- Estar Social que consistiu no programa social que vigoraria por cerca de trinta anos, buscando reconstruir os países destruídos na Segunda Guerra Mundial.

Em plena Guerra Fria, a luta sem combate físico entre EUA e URSS, faz surgir o apelo para o empresariado cerrar fileiras com o Estado do Bem- Estar Social. Em 1953, é publicado

o *Responsibilities of the Businessman* (Responsabilidades do Empresário), de Howard Bowen que Segundo o sociólogo Torres (2002, p. 34): “[...] é o marco inicial do entendimento e da sistematização da responsabilidade social das empresas. A partir dessa obra, o tema começa a se difundir, alcançando as universidades e uma parcela crescente do empresariado norte-americano”.

Ainda segundo Torres (2002), foi nesse período que uma parte do empresariado afastou-se da idéia de filantropia e partiu em direção à gestão socialmente responsável, apresentado os primeiros vestígios de função social realizada através da promoção da dignidade de vida dos que compõem a empresa, a saber, trabalhadores, consumidores e comunidade na qual está inserida. Nesse primeiro momento, a Responsabilidade Social no Brasil não entrou em pauta na elite empresarial. Somente em 1977, a responsabilidade social mereceu destaque, ao se tornar tema do 2º Encontro Nacional de Dirigentes de Empresas e com publicação da obra pioneira sobre o tema, em 1986, *Responsabilidade Social: a empresa hoje*, dos autores Duarte e Dias.

Duarte e Dias argumentaram que as transformações sociais da década de 1960 colocaram em evidência os problemas de ordem sócio-econômica, preparando o campo de aceitação da idéia de responsabilidade social, na medida em que mostravam os abusos do poder econômico. Isso provocou uma nova postura da sociedade frente às questões sociais e a atuação das empresas (TORRES, 2002).

A gestão socialmente responsável ganha força com o advento do neoliberalismo, onde se passa a defender a Responsabilidade Social Corporativa, que para a elite empresarial é utilizada como política compensatória aos danos causados por suas atividades. Após o fracasso do Welfare State (o Estado do Bem- Estar Social), é percebido pelos ideólogos da Responsabilidade Social, um sentimento de “culpa” por parte do Estado e das forças econômicas privadas, diante dos grandes problemas sócio-ambientais que se encontrava a sociedade. Nesse sentido, corrobora Roman (2004, p.36):

A Responsabilidade Social deve ser compreendida como parte da articulação das forças econômicas neoliberais que buscam amenizar os flagelos que elas mesmas criaram. RS é, portanto, em um primeiro momento, alívio para a consciência pesada das empresas. Em um segundo momento, porém, deve ser incorporada às estratégias das empresas e aos valores organizacionais, pois é uma das possibilidades de sobrevivência do capitalismo em sua versão contemporânea.

Segundo Ashley (2005), começou-se a discutir no meio empresarial e acadêmico a importância de tais práticas pela ação de seus administradores e dirigentes, inicialmente nos

Estados Unidos e, posteriormente, na Europa, por autores como Bowen, Mason, Chamberlain, Andress e Galbraith que estimularam em seus estudos tentativas de aperfeiçoar e criar novas técnicas e modelos de avaliação do desempenho da empresa no campo social. O mesmo autor menciona que, a partir do ano 1993 no Brasil, as empresas de diversos setores passaram a realizar ano a ano efetivas ações sociais e ambientais, ao mesmo tempo em que começaram a divulgar de maneira mais ostensiva, até nos meios de comunicação, um perfil mais social e humano dessas corporações. Dessa forma, foi nos anos de 1990 que a realização anual de relatórios sociais e ambientais entrou num amplo processo de aceitação e disseminação no meio empresarial brasileiro.

Tem-se que nos dias que correm, a Responsabilidade Social é tida como uma nova área de conhecimento: A Gestão Social e Ambiental. Gestão esta que envolve estímulo a ética, a valorização do trabalho efetivo do funcionário, através de regras claras e permanentes, bem como a criação de condições adequadas para o indivíduo desenvolver uma vida pessoal como melhor lhe aprouver, o respeito humano e, por fim, o uso racional dos recursos naturais, a saber, o desenvolvimento sustentável.

### 3.2 DEFINIÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

O termo responsabilidade social ainda hoje é um conceito controvertido e de difícil precisão. Esse problema conceitual é compreensível, por tratar-se de um campo amplo, complexo e muito recente de estudos. Neste sentido, Melo Neto (2001, p. 82) afirma que:

[...] a maior dificuldade para definir responsabilidade social está na amplitude do tema e na extensão do seu espectro. O tema responsabilidade social é amplo, assim como é o seu conceito. Da amplitude do tema surge a complexidade do conceito. Isto porque tema e conceito compreendem um espectro amplo: conduta ética, ações comunitárias, tratamento dos funcionários e dinamismo das relações que a empresa mantém com os seus diversos públicos.

Conforme exposto anteriormente, as mudanças ocorridas no pensamento da sociedade, e conseqüentemente, no âmbito empresarial, é a razão do surgimento do tema em questão, onde a empresa transporta sua ênfase do econômico para o social, valorizando aspectos sociais que incluem distribuição mais justa de renda, qualidade de vida, relacionamento humano, realização pessoal. Ou seja, paralelamente ao objetivo de crescimento e

desenvolvimento, as empresas passaram também a ter uma responsabilidade social junto aos seus empregados, consumidores, acionistas e a comunidade onde elas atuam.

Primeiramente, é de suma importância que haja a sua distinção com a função social da empresa que como foi dito no capítulo anterior, a responsabilidade social abrange todas as atividades não ligadas ao objeto social (que é o fator que a mais diferencia da função social), e que gera benefícios para a comunidade, tanto a interna, como a externa. Partindo do conceito da Responsabilidade Social dada por Srour (2000 *apud* HUSNI, 2007, p.53), para o qual: “diz respeito à tomada de decisão orientada eticamente e condicionada pela preocupação com o bem-estar da coletividade, partindo das premissas de respeito aos interesses da população, preservação do meio ambiente e satisfação das exigências legais.”, podem-se extrair alguns elementos inerentes à maioria dos conceitos dados à Responsabilidade Social.

O elemento “ético” se traduz pelo fato de a sociedade ter ficado mais atenta ao comportamento ético das empresas, bem como sobre a atuação de seu corpo de executivos, o que tem resultado em novas leis e regulamentos que tentam melhorar o padrão ético das corporações e tem provocado o surgimento de novas posturas estratégicas em face das mudanças provocadas nas regras do “jogo”. Melo Neto (2001) afirma que esta nova ética veio para superar os efeitos perversos da irresponsabilidade social, do domínio do dinheiro em estado puro e dos consumismos desenfreados.

As preocupações com o bem-estar social é também um elemento do conceito geral de responsabilidade social. O fato de reconhecer-se a empresa como composta por seres humanos integrados na sociedade, requer que se reconheça a existência de objetivos pessoais e objetivos da coletividade, que vão além dos objetivos da empresa e que não podem ser desconsiderados. Nessa perspectiva, ao reconhecer que a empresa está inserida numa realidade pluridimensional, percebe-se a necessidade de adotar posturas socialmente responsáveis. Segundo Melo Neto (2001, p.98): “A empresa que consegue fazer a vinculação entre o investimento social e o seu negócio reforça a sua imagem empresarial, e com a imagem fortalecida ‘potencializa a sua marca’ ganhando, assim, maior visibilidade junto aos clientes, adquirindo o *status* de empresa-cidadã”.

Vale ressaltar as preocupações com o meio ambiente e que é citada, exaustivamente, na maior parte das definições dadas ao assunto em questão, pregando o exercício da atividade econômica organizada sob o prisma do desenvolvimento sustentável. Ver-se então, alguns posicionamentos acerca do tema, extraídos de Bessa (2007), de diferentes vozes nacionais e internacionais: da sociedade civil, do meio empresarial, do Poder Público e de organismos internacionais. Assim, de acordo com o IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e

Econômicas – ONG, tem-se por empresa socialmente responsável (BESSA, 2007, p. 130):

Como empreendimentos humanos, as empresas se concretizam a medida que sustentam de fato a economia e, através dela, interagem com as organizações da sociedade civil e com estrutura de poder. [...] Os mercados e as empresas sempre dependem da cultura, das utopias, da ética, da disputa de poder e das formas de participação social. A seu modo, também determinam o quanto de humanidade penetra em todos os poros da sociedade e quantos podem partilhar o seu desenvolvimento.

Por sua vez, o Instituto ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social e Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança (pronunciamento de Oided Grajew- presidente do Instituto Ethos e presidente do conselho de administração da Fundação Abrinq), acerca do tema expõe que (BESSA, 2007, p.131):

Até poucas décadas atrás, as grandes corporações se preocupavam, basicamente, em oferecer produtos e serviços a seus clientes. Seus acionistas faziam filantropia de forma individual, dependendo de sua visão social e de seus recursos. Posteriormente, as corporações também passaram a empreender ações sociais na comunidade. Atualmente, a responsabilidade social empresarial incorpora a gestão e abrange toda a cadeia de relacionamentos: funcionários, clientes, acionistas, meio ambiente e a sociedade em geral. Essa evolução tem acompanhado as expectativas do próprio mercado. [...] O poder do setor empresarial implica responsabilidade. Apenas a responsabilidade social é capaz de promover uma drástica transformação no quadro humano e ambiental brasileiro. [...] Em sua comunicação, as empresas podem e devem ajudar na formação de valores de responsabilidade social. Com seu poder político, as empresas públicas sejam conduzidas de forma ética, priorizando os valores humanos. São as políticas públicas, que pela escala e universalidade, que determinam o quadro social em qualquer país do mundo.

E acrescenta o BNDES (BESSA, 2007, p. 135):

O conceito de responsabilidade social corporativa (RSC) está associado ao reconhecimento de que as decisões e os resultados das atividades das companhias alcançam um universo de agentes sociais muito mais amplo do que o composto por seus sócios e acionistas. Desta forma, a responsabilidade social corporativa, ou cidadania empresarial, como também é chamada, enfatiza o impacto das atividades das empresas para os agentes com os quais interagem: empregados, fornecedores, clientes, consumidores, colaboradores, investidores, competidores, governos e comunidades. Este conceito expressa compromissos que vão além daqueles já compulsórios para as empresas, tais como o cumprimento das obrigações trabalhistas, tributárias e sociais, da legislação ambiental, de usos do solo e outros. Expressa, assim, a adoção e a difusão de valores, condutas e procedimentos que induzam e estimulem o contínuo aperfeiçoamento dos processos empresariais, para que também resultem em preservação e melhoria da qualidade de vida das sociedades, do ponto de vista ético, social e ambiental.

A visão sobre o tema desses diversos personagens muito influentes no mundo, principalmente empresarial, abre um aspecto muito importante do estudo da responsabilidade

social, a saber, sua diferenciação em relação à “filantropia empresarial”. Esta nasce com a forte influência da cultura protestante sobre a atuação empresarial, que tem como uma de suas manifestações o apoio à cultura e à proteção de ações sociais de toda a ordem. A filantropia foge ao objeto da empresa (aos interesses individuais de seus acionistas, ao tipo de atividade produtiva a que ela se propõe, o lucro), inserindo na idéia de humanitarismo, de voluntariedade. Ao contrário, a responsabilidade social, associa-se diretamente às atividades inerentes ao negócio. Não está no campo da responsabilidade estritamente “moral”, na convicção íntima de que se deva contribuir para o bem estar da sociedade. Sobre esse aspecto observam-se, com muita propriedade os Indicadores do Instituto Ethos (2000), aos quais apresentam as linhas gerais que divorciam ações meramente filantrópicas das práticas e critérios que envolvem as verdadeiras atitudes de responsabilidade social, assim:

A Filantropia trata basicamente de ação social externa da empresa, tendo como beneficiário principal a 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 um público maior, 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.

Assim sendo, os conceitos reproduzidos são marcados por uma tríplice realidade, a saber, econômica, humana e social, permitindo apontar três pontos de consenso entre eles, que podem ser assim resumidos: a ampliação do alcance da responsabilidade da empresa, que não mais se limita ao círculo dos acionistas e sim a coletividade em geral; a mudança na natureza das responsabilidades, que ultrapassam o âmbito da prescrição legal, envolvendo também obrigações morais ditadas pela ética e a adequação às demandas sociais, num dado contexto sócio-econômico.

### 3.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

A relevância da responsabilidade social impõe sua incorporação ao universo jurídico, para que tanto os resultados econômicos, sociais, ambientais decorrentes da atividade empresarial quanto às expectativas sociais que se apresentam possam ser vista sob a égide do Direito, adequando-se aos seus princípios e formas. Esta interação da empresa no

ordenamento jurídico pressupõe, antes de tudo, que ela seja reconhecida como pessoa jurídica e assim sendo, atenda ao requisito de ser capaz de direitos e deveres, detendo discernimento quanto às conseqüências de suas ações e respondendo por elas. A liberdade de sê-lo, ou seja, a livre iniciativa, deve ter como pressuposto a responsabilidade voltada para a sociedade na qual está inserida, abarcando consumidores, funcionários e enfim, todos os sujeitos diretamente envolvidos, bem como as preocupações com o meio ambiente.

Miguel Reale (2002) comentando a importância do espírito das codificações que servem como vetor à atividade empresarial, expõe princípios norteadores para tal atividade, entre os quais, a socialidade, implicando a primazia dos valores coletivos sobre os individuais e o princípio da eticidade, estabelecendo ou fortalecendo critérios ético-jurídicos a fim de instrumentalizar soluções mais equitativas, trazendo assim, íntima relação com a função social da empresa, e por extensão, com a responsabilidade social.

Para se ter um estudo sobre o tratamento jurídico da Responsabilidade Social da Empresa, deve-se antes de qualquer coisa, discorrer sobre o lineamento da atividade empresarial na Constituição Federal, pois é a lei suprema do ordenamento jurídico e é quem norteia as demais normas infraconstitucionais. Foi somente a partir da Constituição de 1934 que se imprimem as disposições relativas à existência digna e um maior realce aos direitos sociais na busca das melhores condições de trabalho, em que o reconhecimento das atividades sindicais foi um grande marco (HUSNI, 2007).

Destaca-se também a Constituição de 1946, apresentando a previsão sobre justiça social, o que veio a se repetir nas Constituições subseqüentes, iniciando a construção, sob prisma constitucional, da doutrina sobre o abuso do poder econômico e a necessidade de sua repressão como forma de harmonização dos mercados. Nesse sentido, explana Husni (2007, p. 70) sobre a Carta Magna de 1967:

[...] cuida também da ordem econômica e social, no contexto da justiça social, e apresenta os princípios calcados na liberdade de iniciativa; valorização do trabalho como condição de dignidade humana; função social da propriedade; harmonia e solidariedade entre as categorias sociais de produção; repressão ao abuso do poder econômico, caracterizada pelo domínio dos mercados; eliminação da concorrência e aumento arbitrário de lucros e, finalmente, a expansão das oportunidades de emprego produtivo.

Todavia, somente com a Carta Constitucional de 1988, que se depara com um maior número de princípios e normas que funcionam como elemento condutor para a atividade econômica. Em seu artigo 1º enuncia os fundamentos da República Federativa do Brasil na constituição de um Estado Democrático de Direito, têm-se:

Art. 1º[...]

I - a soberania;

II - a cidadania;

III - a dignidade da pessoa humana;

IV - os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa;

V - o pluralismo político.

Interpretando tais fundamentos, juntamente com os objetivos a serem alcançados na República, elencados no artigo 3º, apresentam-se os norteadores constitucionais da empresa socialmente responsável. Não se pode deixar de ressaltar o artigo 170 da mesma Carta, já comentado no capítulo anterior, que enumera os princípios gerais da atividade econômica exercida em prol do cidadão e observando-se os demais preceitos de ordem pública, tais como a proteção do consumidor, a valorização do trabalho e da dignidade humana, além da defesa do meio ambiente.

Merece uma análise mais especificada, o princípio da dignidade da pessoa humana, pelo valor supremo que informa a criação, interpretação e aplicação de toda a ordem normativa constitucional, sobretudo o sistema de direitos fundamentais. O fato de ser cada vez maior o número de declarações universais de direitos e de Constituições que a consagram expressamente é relevante na medida em que tal princípio assume um inquestionável caráter jurídico. Com este mesmo pensamento, Novelino (2008, p. 206): “certamente que a dignidade humana é originariamente um valor moral. Ocorre que sua acolhida com caráter de mandamento constitucional na Lei Fundamental implica sua aceitação como valor jurídico, vale dizer, como norma jurídico-positiva.”.

Desse modo, consagrando a dignidade da pessoa humana como fundamento do Estado Democrático de Direito, além da sobreposição do ser humano e sua personalidade em relação ao Estado, esta sobreposição mostra-se também diante das forças econômicas. Isto significa dizer que no exercício da atividade empresarial, deve-se buscar sempre a promoção das condições e remoção dos obstáculos da existência da dignidade humana. E para tanto, deve-se adotar práticas de responsabilidade social, conciliando a busca do lucro e proporcionando melhores condições de trabalho e de vida para os funcionários; produzir de acordo com o desenvolvimento sustentável e transformar de maneira positiva a comunidade na qual está inserida. É interessante reproduzir o que Macedo (2009, p. 01) comenta sobre tal assunto:

A dignidade da pessoa humana, esta ligada à moralidade, valores inerente à pessoa humana. A responsabilidade social se funde com estes direitos fundamentais. Para se ter dignidade, o cidadão necessita participar, estar incluso na sociedade, dentro dos padrões básicos para suprir suas necessidades, ter cidadania, ter seus direitos preservados. Hoje, ter dignidade é fazer parte do complexo e concorrido espaço de

trabalho. A empresa socialmente responsável tem a consciência desta concorrência, sabedora dos direitos e deveres, preserva o homem em sua filosofia de trabalho, atendendo a organização interna e cumprindo, com ética e moral seus deveres de empresa.

Vale mencionar a expressa previsão constitucional relacionada à tutela do meio ambiente, patrimônio público e social, e outros interesses difusos e coletivos constantes no art. 129, III, (ação civil pública), e art. 5º, LXXIII, (ação popular) disciplinadas respectivamente, pelas Leis nº 7.347/85 e 4.717/65. O Código Civil por seu turno adota em suas cláusulas gerais valores sociais e éticos que servem de norteadores para a atividade empresarial. Pode-se citar o acolhimento, em seu art. 187, da doutrina do abuso de direito – quando o titular de um direito, ao exercê-lo, “excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes”; conduta cujo repúdio se faz presente em diversos dispositivos legais, a exemplo dos art. 50 (abuso da personalidade jurídica), art. 421 (liberdade de contratar), art. 1.228, parágrafos 1º e 2º (direito de propriedade), art. 1.277 (direito de vizinhança) e art. 1.637 (poder familiar).

O capítulo que trata dos contratos possui um enfoque que prestigia o equilíbrio econômico (art.122, CC), e, portanto, um maior equilíbrio entre a cláusula *pacta sunt servanda* (a qual dá ênfase ao cumprimento dos contratos) e a cláusula *rebus sic stantibus* (tem em conta as mudanças imprevisíveis ao tempo da celebração dos contratos que venham a tornar seu cumprimento extremamente oneroso para uma das partes), conforme os enunciados dos arts. 478 e 480, de modo a tornar aplicável o princípio da proporcionalidade e, pois, o reconhecimento constitucional da pessoa humana e sua dignidade como valor máximo e fim do Direito.

Também no plano processual (Código Processo Civil) encontram-se disposições que denotam a consonância com o cerne do presente trabalho, a saber: art. 14, II (dever das partes de proceder com lealdade e boa-fé), art. 273 (tutela antecipada quando se configure abuso de direito), art. 600 (relaciona atos atentatórios à dignidade da justiça), art. 601 (meios processuais de combate à atuação indicada no art. 600).

No Direito Internacional, extrai-se “encontros” que sinalizam as expectativas da atuação empresarial no plano internacional, quando, por exemplo, as Convenções da OIT (nº. 29, 87, 98, 105, 138 e 155) e suas Declarações Tripartites (nº. 33, 34 e 37) prevêm melhores condições de trabalho, igualdade, proteção ao consumidor; Quando na Declaração do Rio, Agenda 21, trata do meio ambiente, estudando mudanças climáticas, biodiversidade e enfim, procurando soluções para os problemas relacionados a tais assuntos; Na Carta dos Direitos

Humanos; No Pacto de Direitos Econômicos e Deveres dos Estados, arts. 1º e 2º, abordando a soberania e estratégias de desenvolvimento, etc. (BESSA, 2006).

Deste modo, pode-se dizer que a responsabilidade social da empresa aparece como termo de relevância para ordenamento jurídico brasileiro, passando pela Constituição Brasileira e pelas normas infraconstitucionais. Importante se faz também, demonstrar sua aplicação ao caso concreto. Neste sentido, segue entendimento do Tribunal Superior do Trabalho, que conhece do Recurso de Revista nº 851/2002-043-15-00 (DJ - 20/04/2007)- 6ª Turma- Rel. Aloysio Corrêa da Veiga, quanto ao tema estabilidade de gestante em relação empregatícia, usando para tal decisão o princípio da responsabilidade social da empresa, *in verbis*:

EMENTA: RECURSO DE REVISTA. GESTANTE. ESTABILIDADE PROVISÓRIA. RETORNO AO TRABALHO. RENÚNCIA. RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA. As empresas são agentes de mudança social em contato com todos os agentes da sociedade, e como consequência, têm direitos e deveres que extrapolam o campo jurídico, adentrando um cenário político-social mais justo e solidário. O novo contexto da empresa e seu papel social agregam comportamentos éticos e socialmente responsáveis, os quais acarretam o respeito da comunidade por suas atividades e condutas, sendo tal aspecto um fator de sucesso empresarial já que cria expectativas de justiça e proteção ao trabalho (valor constitucionalmente protegido - artigo 1º, inciso IV). Sob esta ótica, o empregado não é mais visto como unidade no fator de produção, mas como ser humano digno de proteção de todos os agentes sociais. Portanto, ocorrendo a gestação durante o contrato de trabalho, a reclamante tem direito à garantia de emprego, independentemente da comunicação à reclamada do estado de gravidez, no período compreendido desde a confirmação de sua gravidez até cinco meses após o parto, devendo ser protegida a maternidade e a saúde da empregada como bem maior (art. 10, II, do ADCT). Recurso de revista conhecido e provido.

Neste julgado, acordaram os Ministros da Sexta Turma do Tribunal Superior do Trabalho, por unanimidade, dar-lhe provimento para deferir o pagamento da indenização correspondente ao período da estabilidade da gestante e consectários legais do período relativo à garantia do emprego, nos termos da Súmula nº 244, demonstrando um novo compromisso a demandar das empresas diante do funcionário com vistas a tornar efetivo o que a Constituição Federal já erigiu em 1988 como fundamento da República Federativa do Brasil, em seu artigo 1º, inciso III: a dignidade da pessoa humana. Sob a ótica da Responsabilidade Social, o empregado não é mais visto como unidade no fator de produção, mas como ser humano digno de proteção.

Podem-se encontrar muitos julgados expondo o problema da terceirização de empregados. Antigamente os “gatos” viviam da procura de emprego para outras pessoas e exigiam, como remuneração, a maior parte do salário do trabalhador. Esses “gatos”

desapareciam e o trabalhador ficava a mercê, sem ter direito a nada, uma vez que a empresa contratante, não respondia subsidiariamente pelos direitos do terceirizado. Com o assento do item IV do Enunciado 331 do Tribunal Superior do Trabalho, o inadimplemento do prestador de serviços importa na assunção de responsabilidade subsidiária do tomador. É o obstáculo que se impõe à terceirização galopante que tem justificado a transferência da mão de obra necessária para terceiros, sem importar o procedimento destes para com aqueles que vão se ativar em favor da consecução da atividade empresarial. O Enunciado 331/TST explicita tal relação, formando-se vínculo de emprego diretamente com o tomador de serviços. Neste caso, a empresa socialmente responsável, age de acordo com o princípio da dignidade humana, neste caso, do trabalhador terceirizado, reconhecendo a responsabilidade subsidiária para com a mão-de-obra terceirizada. O julgado abaixo citado evidencia o tema ora exposto, veja-se:

**MÃO-DE-OBRA LOCAÇÃO (DE) E SUBEMPREGADA TERCEIRIZAÇÃO – RESPONSABILIDADE SUBSIDIÁRIA** – A responsabilidade da empresa contratante, na terceirização de serviços que poderiam ser executados com mão-de-obra própria, é questão, simplesmente, de justiça e, mais que isso, impede a exploração do trabalho humano, atendendo, portanto, ao elevado princípio, universal e constitucional, que é o da dignidade humana. A terceirização não permite que a contratante lave as mãos diante da angústia daqueles que trabalharam em prol dos seus interesses, ainda que através de outro empregador, que em regra ou desaparece ou não tem como satisfazer as obrigações trabalhistas. Escolher bem e fiscalizar a satisfação dessas obrigações das empresas contratadas não só é uma exigência ética, como também uma decorrência da abrangente função social da empresa. (TRT 2ª R. – RO 20010310058 – (20020082600) – 1ª T. – Rel. Juiz Eduardo de Azevedo Silva – DOESP 12.03.2002).

No mesmo sentido, tem-se a decisão proferida pelo TRT-SP (2009), *in verbis*:

Responsabilidade subsidiária. Terceirização. A responsabilidade da contratante, na terceirização de serviços que poderiam ser executados com mão-de-obra própria, é questão, simplesmente, de justiça e, mais que isso, impede a exploração do trabalho humano, com o que se atende ao elevado princípio, universal e constitucional, que é o da dignidade humana. A terceirização não permite que a contratante lave as mãos diante da angústia daqueles que trabalharam em prol dos seus interesses, ainda que através de outro empregador. Escolher bem e fiscalizar a satisfação dessas obrigações das empresas contratadas é uma exigência ética que se impõe a todos aqueles que se vale de terceiros para a obtenção do trabalho humano. Terceirizar serviços, para apenas livrar-se ou reduzir custos, sem assumir a contratante a sua responsabilidadesocial é, não só, ignorar a função social da empresa e a dimensão do seu papel na sociedade, como também, e acima de tudo, uma ofensa à dignidade do trabalhador. Jurisprudência firme do Tribunal Superior do Trabalho (súmula 331, item IV). (TRT/SP - 00443200808902000 - RO - Ac. 11aT 20090655987 - Rel. Eduardo de Azevedo Silva - DOE 01/09/2009)

Assim, passando a ser a operação de terceiros, um setor produtivo da companhia, a empresa socialmente responsável o faz mediante certas regras éticas e morais, com rígidos

contratos que disciplinam acerca das pessoas terceirizadas que vão exercer as atividades, seus pagamentos de encargos e impostos incidentes na relação, conciliando a busca do lucro e proporcionando melhores condições de trabalho e de vida para os funcionários.

### 3.4 RESULTADOS DAS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA AS EMPRESAS

Diante das transformações já expostas no atual contexto mundial, revelado pelo dinamismo das relações - velocidade das mudanças, a crescente importância do conhecimento, a inovação e comunicação e certa eliminação das “distâncias” através das gigantescas inovações tecnológicas - fala-se na permanência das empresas no mercado competitivo que se apresenta. Uma pesquisa que trata da transição de gerações nas empresas realizada pelo Jornal Valor (2000, p.04) revela que: “sobreviver à troca de gerações no mercado é um dos principais desafios das empresas. Menos de 20% chegam a uma transição bem-sucedida da primeira para a segunda geração, e menos de 5% chegam à terceira geração, segundo o Institute for Family Enterprise, do Canadá.” Ou seja, sobreviver ao mercado é o maior desafio do meio empresarial modernamente, e é certo que, um dos meios eficazes para garantir esta perenidade, consiste na adoção da responsabilidade social como elemento da gestão empresarial.

Agregados aos princípios tradicionais que avaliam o desempenho traduzido nos números contábeis das empresas devem estar os elementos que compõem o conceito de uma empresa socialmente responsável. Nesta mesma linha, pode-se citar a pesquisa anual sobre expectativas do consumidor publicada pelo mesmo Jornal acima apontado onde (ROSEMBLUM, 2001, p.4) revela que:

[...] dos 1.002 entrevistados, 63% consideram uma empresa boa ou ruim, levando em conta questões éticas e condições de trabalho (contra 51% que apresentam esta percepção na pesquisa do ano anterior), 80% consideram ser da empresa a responsabilidade por relações de trabalho justas e não-discriminatórias e operações não prejudiciais ao meio ambiente, embora somente 13% deixem de adquirir produtos de empresas que não consideram socialmente éticas.

Assim, pode-se afirmar que os consumidores estão ficando mais atentos, tanto aos seus direitos quanto às atividades da empresa junto à comunidade e ao meio ambiente, de modo

que, mescla a ética social ao ato de comprar, como exemplo corriqueiro, mostrados nos meios de comunicação, é o da preferência do consumidor pelos produtos feitos com material reciclado, com respeito às regras ambientais e trabalhistas. A partir do momento que a sociedade percebe que aquela empresa se preocupa com algo maior, que não apenas seu lucro passa a despertar confiança e atraí-la para o consumo de seus produtos, fidelizando-a.

Neste caso, apesar da nova tendência do consumo por produtos de empresa comprometida com políticas do meio ambiente ou programas de responsabilidade social, ainda depara-se com o problema de conscientização do consumidor em escolher tais produtos. Além da conscientização do empresariado e dos governantes, é necessário que seja feito o mesmo em relação ao consumidor, de modo que o influencie a adotar um padrão de escolhas que o faça adquirir produtos de empresas que possa realmente efetuar diferença na melhoria da qualidade de vida em razão de suas ações sociais, além de atender a seus interesses básicos de consumidor.

Outra questão de suma importância a ser apresentada, é a relação destas empresas com o Poder Público. Diz-se que uma empresa é socialmente responsável também, quando cumpre com todas as determinações do Poder Público no exercício de sua função, em especial àquelas relacionadas aos tributos e ao meio ambiente. Neste diapasão, muitos governantes têm optado pela utilização da política do benefício a premiar aqueles que agem com retidão e pontualidade de algumas formas legalmente possíveis, entre as quais, a redução nestes tributos, o que demonstra mais uma vantagem a ser enumerada neste tópico.

A adoção de um código ativo e implementável de melhores práticas, que contemple a totalidade de sua relação laboral e com o meio ambiente do trabalho, inclusive com uma justa política de benefícios e programa de promoção, já é um fato que por si melhora a resposta do trabalhador para com a empresa e a sua direção, com reflexos no dia-a-dia da atividade e na produtividade. A concordar com essa relação vantajosa dada a empresa, pelas promoções de práticas socialmente responsáveis, tendo como alvo o trabalhador, comenta Husni (2007, p. 148) que:

Neste espírito, ao invés de se apropriar da eventual morosidade de um procedimento trabalhista, acaba por solucioná-lo na raiz, melhorando os seus resultados contábeis, reduzindo as incertezas valorativas e contribuindo para a melhoria da percepção do trabalhador e dos sindicatos para com a empresa, com resultados favoráveis não só nas relações laborais e sindicais, como também, possivelmente, na própria empregabilidade.

Nesta relação benéfica com os trabalhadores, extraí-se resposta positiva também, em relação à comunidade, pois o funcionário quando trabalha em ambiente ativo no campo da responsabilidade social e do voluntarismo, obedecendo a princípios de fundo ético e moral, acaba possivelmente por compreender com profundidade o relevo e importância destes projetos, proporcionando a reprodução de tais condutas no seu ambiente familiar e no ambiente social, refletindo assim na comunidade como um todo.

Entre os resultados que podem ser obtidos para a sobreposição da empresa na nova ordem mundial é o prestígio junto aos fornecedores de opinião, condição que pode ser muito favorável em necessidade de gerenciamento de crise, pois fortalece a imagem da empresa junto aos consumidores. Um grande exemplo neste sentido é o da Varig, que construiu ao longo de sua existência uma imagem de empresa que acolhe os brasileiros em qualquer parte do mundo, onde os escritórios da empresa espalhadas pela Europa e Estados Unidos funcionavam como pronto-atendimento de brasileiros em apuros, uma atitude solidária, filantrópica e socialmente responsável. Tal fato contribuiu gigantescamente na superação da crise sofrida pela empresa em 2006, onde a imagem da mesma “falou mais alto” e sua situação de crise ficou em segundo plano, pois inúmeras vozes de formadores de opinião levantaram para defender a empresa. Como bem observa Husni (2007, p. 61):

Artigos, reportagens, matérias em televisão e rádio destacavam, juntamente com a crise, a importância da empresa, com reflexos favoráveis até na Corte Norte-Americana, onde se desenvolviam intrincadas disputas entre a companhia brasileira e os demais segmentos de locação de aeronaves, e houve a paciente espera pelos resultados decorrentes do processo recuperacional que cursava no Brasil.

E para reforçar esta idéia, o mencionado autor (2007) cita o exemplo da empresa de energia Enron, envolvida em um escândalo e que foi condenada pela opinião pública antes mesmo do desfecho judicial. Sendo assim, percebe-se que a opinião pública favorável é um dos atributos que podem ser atingidos com ações de responsabilidade social.

Todos os fatos acima referidos, além daqueles apresentados ao longo deste trabalho, vêm, pouco a pouco, colaborando para que as empresas brasileiras compreendam que a idéia de sustentabilidade tem uma forte dimensão econômica, pois por sua capacidade de atrair e reter talentos, pela diminuição do custo de capital e acesso a fontes privilegiadas de financiamento, por menores riscos de acidentes ambientais e de conflitos com a comunidade, e pela redução dos seguros que precisa contratar, tendem a mostrar indicadores econômicos melhores.

Aos poucos, o empresariado deixa de encarar o assunto como “modismo”, e passa a reconhecer a incorporação das idéias de responsabilidade social como condição de “sobrevivência” na atual conjuntura global. Urge a compreensão de todos os agentes, empresários ou não, com relação às suas necessidades globais e ambientais de tornar mister a integração e interação entre si para que possa ocorrer um desenvolvimento sustentável com reflexo numa qualidade de vida sustentável, não esquecendo, obviamente do lucro, passando a buscá-lo em consonância a práticas sociais. A empresa que pratica uma verdadeira responsabilidade social sabe que o que prepondera, não é a lucratividade gerada, e sim, a perenização da empresa no mercado, diante da concorrência desenfreada apresentada ao mundo atual.

Em termos fáticos, pode-se citar a pesquisa de James C. Collins e Jerry I. Porras da Universidade de Stanford (1995 *apud* HUSNI, 2007, p. 54), onde fizeram um comparativo em cinco anos, entre empresas líderes que se sobressaíram diante das ferozes transformações já mencionadas. E concluíram que dentre destas, as mais bem sucedidas foram aquelas que adotaram um conjunto de objetivos, dentre os quais, ganhar dinheiro, é apenas um e não necessariamente, o principal, ou seja, possuem um foco bem maior que o lucro. Veja-se como ilustração o caso de Robert W. Johnson (1845-1910):

[...] quando Robert W. Johnson fundou a Johnson & Johnson em 1886, ele o fez com a meta idealista de ‘aliviar a dor e as doenças’. Em 1908 ele havia transformado isso numa ideologia de negócios que colocava o serviço aos clientes e a preocupação com os funcionários na frente do retorno dos acionistas.

Sobre o tema, é importante destacar a função do balanço social, que consiste em um instrumento formal que permite externar a responsabilidade social das empresas que adotam empreendimentos neste sentido, a fim de interpretar o nível de envolvimento social da empresa com questões de relevo e destaque nestas áreas, e avaliar o conseqüente reflexo financeiro deste comprometimento. Seu objetivo é contribuir para a construção de uma sociedade sustentável, justa e digna de todos. Neste sentido, vale reproduzir as palavras de Pinto (2002 *apud* HUSNI, 2007, p.128) para o qual:

O balanço social é um documento que serve para traduzir quantitativamente o desempenho de uma empresa no atendimento à sua responsabilidade social, tendo a função de indicador do grau desse atendimento que, uma vez padronizado, hierarquizaria o comportamento social das sociedades, pois satisfaria às três condições básicas dos indicadores sociais: **sensibilidade, fidelidade e estabilidade**. (grifos nossos).

Dentre os princípios que norteiam o balanço social, destacam-se a legitimidade, que consiste na existência de um código de ética publicado ou distribuído aos empregados, como forma de construir um código valorativo norteador das relações internas da empresa; Percepção do ambiente, que visa à existência de mecanismo que possa examinar as questões sociais de relevância para a empresa, ou seja, a análise de questões sociais que se relacionam com as políticas, auditoria social, relatório de prestação de contas, etc. Há ainda, a verificação da lucratividade e retorno sobre investimentos, irresponsabilidade corporativa ou atividades ilegais tais como: multas, emissão de poluentes, número de *recalls*; bem estar da comunidade; filantropia corporativa, em que se avalie a questão das doações e seus valores (código de ética).

Em outras palavras, os princípios do balanço social podem verificar as relações dos funcionários com sindicatos; questão de segurança no trabalho; pagamentos, subsídios e benefícios; demissões; políticas para mulheres e minorias. No que tange ao consumidor, pode-se verificar frequência de processos, inclusive por fraude; controvérsia pública sobre produtos ou serviços; formação de truste ou abuso de poder econômico; propaganda enganosa. No que concerne ao meio ambiente, verifica-se itens ligados à poluição, lixo tóxico, reciclagem e uso de produtos reciclados, uso de etiquetas ecológicas nos produtos; litígios, multas ambientais. Quanto à comunidade, certificar doações da empresa para programas comunitários; envolvimento direto em programas comunitários, seus números e resultados, custos e benefícios; controvérsias ou litígio com a comunidade, seus números e resultados, além da gravidade e finalmente, a avaliação sobre a relação com os fornecedores, se o código de ética aplicado, respeita o código de ética dos fornecedores, litígios e penalidades; controvérsias públicas (BESSA, 2006).

Assim, estes indicadores podem gerar o balanço social, onde cada empresa efetua um modelo adequado à sua estrutura e este documento poderá ser interpretado de forma abrangente ou setorializada, haja vista a multiplicidade de indicativos que o mesmo apresenta, levando o interprete à boa verificação da situação real da empresa quando alia o balanço regular ao balanço social. Com o balanço social pode-se melhor detectar as respostas socioeconômicas obtidas pela empresa com as práticas sociais.

## 4 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DA EMPRESA

Como já foi exaustivamente reiterado, um novo ambiente competitivo global se apresenta nos dias atuais, impulsionando as organizações econômicas acompanharem tais transformações, como condição de sobrevivência ao mercado. Exige-se um novo referencial na gestão dos negócios, uma abordagem fundamentalmente inovadora à maneira de pensar para poder compreender e tratar esta nova realidade. E a responsabilidade socioambiental apresenta-se como o melhor meio de fazê-lo. Menores margens de lucro combinados com exigências de qualidade e postura éticas cada vez maiores dos consumidores de produtos e serviços, pautados no mercado verde e produtos ecologicamente corretos, marcam a gestão ambiental e da responsabilidade social.

A idéia de desenvolvimento sustentável é o princípio norteador dessa nova maneira de gerir a empresa, conjugando três aspectos, a saber, desenvolvimento econômico, com respeito ao desenvolvimento social e respeito ao meio ambiente, respeitando e assegurando a capacidade das futuras gerações satisfazerem suas próprias necessidades.

### 4.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Sabe-se que o ser humano sempre se utilizou dos recursos naturais para satisfazer suas necessidades, e que o mesmo gerou sem grandes preocupações muitos resíduos e degradações ambientais, fato este, agravado com a Revolução Industrial, causando graves acidentes ambientais ocorridos ao longo de várias décadas, que na maioria dos casos acabaram ocasionando mortes e muitos danos aos próprios seres humanos, à fauna e à flora. Kraemer (2004, p. 35) afirma que “o impacto do homem sobre o meio ambiente tem sido comparado por alguns cientistas às grandes catástrofes do passado geológico da terra”. As preocupações com questões ambientais vêm sendo despertadas, devido ao reconhecimento de que os recursos naturais são finitos e que causam reflexo na qualidade de vida do ser humano, comprometendo ainda, a viabilidade de sobrevivência das futuras gerações.

Somada a cobrança da sociedade pelo respeito ao meio ambiente por parte do Estado, uma vez que este é o responsável pela proteção e promoção do bem comum, está à cobrança às empresas, pelo fato de serem elas as principais responsáveis pela contaminação do meio

ambiente e pelos desrespeitos aos direitos humanos e sociais, sobretudo, os dos trabalhadores. Observa Soares (1999 *apud* BESSA, 2006, p. 71) que, “além de compartilharem fundamentos éticos, mediados pela dignidade da pessoa humana, os direitos humanos e o meio ambiente apresentam outras semelhanças, como a necessidade de receber uma proteção global para que seja efetiva”. Ou seja, as preocupações com o meio ambiente, devem englobar toda a Terra, inclusive sem referenciais a tempo ou às presentes gerações humanas envolvidas, uma vez que seu desgaste ameaça a existência de toda a espécie viva do planeta.

Foi a partir desse pensamento, que no início de 1970, houve a abrangência territorial com as preocupações dos danos ambientais, bem como pela busca de princípios e práticas para saná-los ou melhorá-los. Conforme relata Gevaerd (1995 *apud* BESSA, 2006, p. 67) aconteceu em Estocolmo (1972), a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente, que contou com a participação de 113 países e 250 organizações não governamentais e de vários órgãos da Organização das Nações Unidas (ONU), marcando a consagração da interdependência da comunidade para a solução dos problemas ambientais. Para o autor, essa foi a mais importante Conferência sobre o tema, e dividiu o ambientalismo em ‘antes’ e ‘depois’ de Estocolmo. A principal constatação da Conferência foi a diferença encontrada entre as posições dos países ricos e pobres. Os países pobres não aceitavam a posição dos países ricos de que deveriam ser realizados controles internacionais rígidos para reduzir a poluição que atingia níveis alarmantes, por entenderem que isso seria um freio ao seu desenvolvimento. Como corrobora Bessa (2006, p.68):

Naquele momento histórico, é reconhecida a predominante responsabilidade dos países desenvolvidos pelos desequilíbrios ambientais, os quais, como forma de reverter tal desarmonia, não se constrangeram em pretender que os países em desenvolvimento se abstivessem de empregar atividades poluidoras a fim de arcar com o equilíbrio ecológico desejado, surgindo, então, as reivindicações dos países em desenvolvimento [...] que se expressava pelo mote dirigido aos países industrializados: [...] se querem que sejamos limpos, paguem-nos o sabão!

Como resultados dos estudos da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e desenvolvimento, foi publicado em 1987, o Relatório chamado de “Nosso Futuro Comum”, também conhecido como Relatório Brundtland, assim denominado em função do nome da Coordenadora da Comissão, a Sra. Gro Harlem Brundtland, primeira-ministra da Noruega. Foi este relatório que contribuiu para disseminar o conceito de desenvolvimento sustentável, como novo paradigma, segundo o qual o desenvolvimento deve satisfazer as necessidades do presente sem comprometimento de as futuras gerações de satisfazerem as suas próprias necessidades (MOURA, 2002).

Este conceito é o mais aceito na comunidade internacional e segundo Tayra (2007), nele, foram embutidos pelo menos dois importantes princípios: o de necessidades e o da noção de limitação. O primeiro trata da equidade (necessidades essenciais dos pobres) e o outro se refere às limitações que o estágio da tecnologia e da organização social determina ao meio ambiente. Ou seja, discutiram a relação homem-natureza e observaram que as necessidades humanas são determinadas social e culturalmente, isto requer a promoção de valores que mantenham os padrões de consumo dentro dos limites das possibilidades ecológicas, adotando o desenvolvimento sustentável como princípio que compatibiliza o crescimento econômico, com desenvolvimento humano e qualidade ambiental. Portanto, o desenvolvimento sustentável preconiza que as sociedades atendam às necessidades humanas em dois sentidos: aumentando o potencial de produção e assegurando a todos as mesmas oportunidades (gerações presentes e futuras).

Essa expansão do conceito de desenvolvimento sustentável que trata de forma interligada e interdependente as variáveis econômica, social e ambiental, garantindo melhor qualidade de vida para as gerações presentes e futuras, ganha força e consagração na Conferência das Nações Unidas Sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro em 1992 (ECO-92), cujo objetivo principal era buscar meios de conciliar o desenvolvimento sócio-econômico, promovendo a redução da pobreza, bem como as desigualdades sociais com a conservação e proteção dos ecossistemas da Terra. Sendo que, conforme preleciona Dias (2010, p.33) “o predomínio de qualquer desses eixos desvirtua o conceito e torna-se manifestação de interesses de grupos, isolados do contexto mais geral, que é o interesse da humanidade como um todo”.

Os parâmetros para a obtenção do desenvolvimento sustentável em suas três vertentes foram estabelecidos no principal documento produzido no RIO-92, o Agenda 21 que é um programa de ação que viabiliza o novo padrão de desenvolvimento ambientalmente racional, conciliando métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica. Neste documento, o comércio e a indústria são tidos como protagonistas na promoção do desenvolvimento sustentável, haja vista desempenharem um papel crucial no desenvolvimento econômico e social do País e, em especial, na redução do impacto sobre o uso dos recursos ambientais, por meio de processos de produção mais eficiente, estratégias preventivas, tecnologias e procedimentos mais limpos de produção ao longo do ciclo de vida do produto, minimizando ou evitando resíduos. A propósito, Hart (2004, p.65) afirma que:

Políticas públicas são necessárias para a sustentabilidade, mas que as empresas podem e devem guiar o caminho, ajudando na criação destas políticas e alterando o comportamento dos consumidores. Assevera, ainda, que para a sustentabilidade ser alcançada, a depredação acarretada pela população, pelo consumo e pela tecnologia deve ser reduzida, impondo-se para tanto a prevenção da poluição, a diminuição dos impactos ambientais associados ao ciclo do produto e o desenvolvimento de tecnologias limpas.

Desta forma, pode-se afirmar que do ponto de vista econômico, o lucro de uma empresa economicamente viável não é somente medido na sua vertente financeira, mas igualmente na vertente ambiental e social, o que potencia um uso mais correto quer das matérias primas, quer dos recursos humanos. Há nesta empresa, a incorporação da gestão mais eficiente dos recursos naturais, de forma a garantir uma exploração sustentável dos mesmos, ou seja, a sua exploração sem colocar em causa o seu esgotamento, sendo introduzidos elementos como nível ótimo de poluição ou as externalidades ambientais, acrescentando aos elementos naturais um valor econômico e tudo isso, fazendo com que o empresário obtenha retorno financeiro pelo capital investido, passando a economia local a ser desenvolvida e estimulada, em virtude do aumento dos índices de empregabilidade e de arrecadação tributária. Nesse sentido, Carneiro (2001, p. 57) vislumbra que:

[...] o surgimento de uma sociedade do desenvolvimento sustentável representará a concretização de paradigmas estruturantes de uma nova ordem econômica, que se quer humana e ambientalmente mais justa, projetada sobre princípios, diretrizes e pressupostos cuja compreensão parte da análise das dimensões econômica, tecnológica, humana e ambiental da utilização sustentável do estoque de capital natural do planeta [...]

Uma empresa dentro dos parâmetros de sustentabilidade, segundo seu aspecto social, refere-se às preocupações com o bem estar do trabalhador e de sua família e com os reflexos que causem a comunidade. Isto é, precisa estar adequada à legislação trabalhista, oferecer salários justos e compatíveis e oferecer um ambiente de trabalho agradável. Precisa também estar atenta à comunidade em que está inserida, preocupando-se se sua atividade econômica (produção) não está interferindo de forma negativa no ambiente, causando problemas à comunidade ou deixando de prestar certos atendimentos à vizinhança afetada, e aqui, pode-se citar itens como educação, saúde, violência e até mesmo lazer. Esta posição empresarial corresponde à adoção da responsabilidade social corporativa, que segundo Melo Neto (2001, p.88):

[...] é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando,

simultaneamente, a qualidade de vida dos seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.

A Agenda 21 (1997, p. 31) prega, ainda no aspecto social, o combate à pobreza e a fome, maior equidade na distribuição da renda e desenvolvimento de recursos humanos. Diz que qualquer política de desenvolvimento voltada principalmente para o aumento da produção de bens, caso deixe de levar em conta a sustentabilidade dos recursos sobre os quais se baseia a produção, mais cedo ou mais tarde haverá de defrontar-se com um declínio da produtividade – e isso também poderia ter um impacto adverso no que se refere a questão da pobreza. Uma estratégia voltada especificamente para o combate à pobreza, portanto, é requisito básico para a existência de desenvolvimento sustentável. Neste caso, este objetivo para ser alcançado, deve começar por considerar os recursos, a produção e as pessoas, bem como, simultaneamente, questões demográficas, o aperfeiçoamento dos cuidados com saúde e educação.

Praticamente toda atividade econômica tem influência negativa no ambiente. Por isso, além de estar adequada à legislação ambiental e ao Protocolo de Kyoto (se for o caso), deve estar atenta às condições para amenizar os impactos negativos que oferece ao ambiente natural, visando diminuir as agressões e compensar tudo o que não for possível amenizar, excluindo ou diminuindo o uso de determinadas matérias-primas e /ou criar formas de reposição dos recursos naturais explorados, através de práticas de reutilização e de reciclagem. Para alcançar o Desenvolvimento Sustentável, a proteção do ambiente tem que ser entendida como parte integrante do processo de desenvolvimento e não pode ser considerada isoladamente. Preocupa-se com a geração de riquezas sim, mas tem o objetivo de distribuí-las, de melhorar a qualidade de vida de toda a população, levando em consideração, portanto, a qualidade ambiental do planeta.

O desafio consiste em assegurar que as políticas comerciais e as políticas sobre o meio ambiente sejam compatíveis, reforçando, ao mesmo tempo, o processo de desenvolvimento sustentável. Extraí-se da Agenda 21 (1997, p. 20) que:

As políticas sobre meio ambiente e as políticas sobre comércio devem reforçar-se reciprocamente. Um sistema comercial aberto e multilateral possibilita maior eficiência na alocação e uso dos recursos, contribuindo assim para o aumento da produção e dos lucros e para a diminuição das pressões sobre o meio ambiente. Dessa forma, proporciona recursos adicionais necessários para o crescimento econômico e o desenvolvimento e para uma melhor proteção ambiental. Um meio ambiente saudável, por outro lado, proporciona os recursos ecológicos e de outros tipos necessários à manutenção do crescimento e ao apoio à expansão constante do comércio, de tal forma que contribui para o desenvolvimento sustentável.

Assim, o desenvolvimento sustentável exige o equilíbrio e a observância simultânea de todas as suas dinâmicas, a saber, econômica, social e ambiental, sendo necessário dá efetividade a essas práticas, exigindo dos gestores das organizações um novo senso de responsabilidade em relação aos membros do corpo funcional da organização, cujas expectativas incluem receber tratamento justo, ter participação no processo decisório, além de ter instrumental apropriado para executar suas funções e poder trabalhar em equipe. Nesse sentido, preleciona Tachizawa (2008, p.55) que:

A responsabilidade social e ambiental pode ser resumida no conceito de “efetividade”, como o alcance de objetivos do desenvolvimento econômico-social. Portanto, uma organização é efetiva quando mantém uma postura socialmente responsável. A efetividade está relacionada à satisfação da sociedade, ao atendimento de seus requisitos sociais, econômicos e culturais.

No Brasil o desenvolvimento sustentável é inserido no ordenamento jurídico como princípio do Direito Ambiental por meio da Lei nº. 6.938/81, a qual instituiu a Política Nacional do Meio Ambiente, cujo objetivo é o estabelecimento de padrões que tornem possível o desenvolvimento sustentável, através de mecanismos e instrumentos capazes de conferir ao meio ambiente uma maior proteção. Conforme especifica Machado (1995, p.72)

A lei em questão definiu conceitos básicos como o de meio ambiente, de degradação e de poluição e determinou os objetivos, diretrizes e instrumentos, além de ter adotado a teoria da responsabilidade. É, pois, a organização da gestão estatal no que diz respeito ao controle dos recursos ambientais e à determinação de instrumentos econômicos capazes de incentivar as **ações produtivas ambientalmente corretas**. (grifos nossos).

Este aparelhamento administrativo ambiental funciona através do Sistema Nacional do Meio Ambiente (SISNAMA) que de acordo com o caput do art. 6º da Lei nº 6.938/81, é o conjunto de órgãos e entidades da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios e de fundações instituídas pelo Poder Público, responsáveis pela proteção e melhoria da qualidade ambiental, em outras palavras, representa a articulação dos órgãos e entidades ambientais em todas as esferas da administração pública, com o objetivo de trabalhar as políticas públicas ambientais de uma maneira conjunta. (MACHADO, 1995).

No entanto, foi somente em 24/03/2005 que a Lei da Política Nacional da Biosegurança nº 11.105 foi aprovada. Com o desenvolvimento e aplicação lenta da Legislação, as questões relativas a proteção ambiental ficam prejudicadas pois, segundo Moura (2002), como medidas econômicas coercitivas, em relação as infrações à legislação

ambiental, existem as multas, advertências, apreensões de animais, instrumentos e petrechos, suspensão de venda e fabricação de produtos, embargos de obras e atividades, suspensão parcial ou total das atividades, restrições de direitos e reparação de danos causados que podem, ao serem aplicadas, restringir os danos ambientais. Nessa direção, o autor acrescenta que os dois instrumentos que, provavelmente, têm maior força para promover a preservação da poluição são: a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998 (que dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente), também chamada de Lei de Crimes Ambientais e o Decreto nº 3.179, de 21 de setembro de 1999 (que dispõe sobre a especificação das sanções aplicáveis às condutas e atividades lesivas ao meio ambiente).

Há ainda, a constitucionalização do princípio do desenvolvimento sustentável, onde a Constituição Federal reconheceu o conceito elaborado no Relatório Brundtland ao dispor em seu artigo 225, *caput* que o meio ambiente é direito de todos, sendo igualmente dever de todos, poder público e coletividade, defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações, conforme se verifica *in verbis*:

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

A Constituição impõe uma proteção global por parte do Poder Público e à sociedade, bem como pelas empresas ao meio ambiente, devendo estes reconhecerem que os seres humanos são os depositários da natureza e tudo o que nela há, devendo ser garantido o direito humano de viver em um ambiente natural digno e em ótimas condições de qualidade, assegurando-se também o direito das futuras gerações de tê-lo, no mínimo, com as mesmas condições de qualidade usufruídas pelas pessoas nos dias atuais.

Não se pode deixar de citar o tão comentado artigo 170 da CF/88 que estabelece os princípios da ordem econômica e entre estes, encontra-se o princípio da defesa do meio ambiente, confirmando assim, a adoção do desenvolvimento sustentável. Desta forma, reconhece-se que as atividades econômicas são livres, mas estão condicionadas à preservação ambiental, bem como ao atendimento de sua função social, devendo harmonizar crescimento econômico e proteção ao meio ambiente, em compatibilidade com a construção de uma sociedade livre, justa e solidária, a fim de promover a redução das desigualdades sociais e regionais e busca do pleno emprego.

Sendo assim, percebe-se que adotar o modelo de desenvolvimento sustentável não implica na busca de um estado de permanente harmonia, mas sim num contínuo processo de mudança, em que a orientação dos investimentos empresariais, bem como o desenvolvimento de novas tecnologias e a exploração dos recursos, esteja de acordo com as necessidades atuais e futuras da sociedade, sempre encarando o homem como o centro do desenvolvimento, e, pois, reconhecendo o direito a uma vida saudável e produtiva em relação ao meio ambiente. Adotar o desenvolvimento sustentável exige, portanto, um esforço conjunto do poder público, sociedade e empresas, combinando eficiência e eficácia econômica com justiça social e prudência ecológica.

#### 4.2 GESTÃO SOCIOAMBIENTAL DAS EMPRESAS

O contexto que se encontra a situação econômica mundial exige uma nova maneira de gerenciamento das empresas, e, portanto, de novos empresários, executivos e trabalhadores, fortalecidos e autônomos, despojados do tradicional conceito de comando e controle. Os gestores das organizações não poderão mais sentir-se excessivamente confiantes com suas fatias de mercado e com suas posições competitivas asseguradas, devendo correr atrás de meios para se diferenciarem dos demais, pois apenas a marca sozinha, não garante a fidelidade dos consumidores e investidores.

As empresas necessitam, agora, de estratégias que correspondam a todas as dimensões que medem a sustentabilidade empresarial e, pois, ao exercício de uma responsabilidade social, que alia uma busca ética do lucro, com o bem-estar coletivo, incluindo também, preocupações ambientais. Esta forma de agir responsabilmente deve abarcar seus relacionamentos internos e externos, ou seja, com os funcionários, com os fornecedores, com os clientes ou consumidores e enfim, com toda a sociedade. Nesse sentido, Tachizawa (2008, p. 57) afirma que gestão socioambiental consiste em um:

Processo contínuo e adaptativo, por meio do qual uma organização define (e redefine) seus objetivos e metas relativos à proteção do ambiente e à saúde e segurança de seus empregados, clientes e comunidade, assim como seleciona as estratégias e os meios para atingir tais objetivos em determinados períodos de tempo, por meio da constante interação com o meio ambiente externo.

No que tange aos trabalhadores, os empresários devem reposicionar-se diante do

enfraquecimento do poder sindical e da grande quantidade de mão-de-obra excedente (desempregados e subdesempregados) para negociar regimes e contratos de trabalho mais flexíveis. Esse modelo de gestão gera reflexos no processo de gestão ambiental e de responsabilidade social, demandando novas necessidades em termos de: higiene e segurança no trabalho, treinamentos e desenvolvimento de pessoal, planejamento de carreira, estratégia de cargos e salários organizacional e qualidade de vida. Usufruindo de maior segurança no emprego, boas perspectivas de promoção e de reciclagem e de vantajosos benefícios, esse grupo deve atender à expectativa de ser adaptável, fato este essencial para o futuro de longa permanência da organização. Para ilustração da importância de tal postura da empresa para com o funcionário, Tachizawa (2008, p. 54) cita o Prêmio Eco 2001- Reconhecendo a Cidadania Empresarial- ressaltando as empresas vencedoras neste aspecto:

O *BankBoston* foi o vencedor do prêmio Valor Social na categoria “**Qualidade do meio ambiente do trabalho**”, pois prioriza os funcionários nos processos de seleção para preenchimento de novas vagas. Capacita-os, ainda, com o oferecimento de *MBA*s por meio da *Boston School* e parcerias com universidades. O desenvolvimento do potencial humano, principalmente por meio da valorização dos colaboradores, como filosofia de desenvolvimento humano, contribuiu para a *Serasa* emplacar na categoria “**Ambiente de trabalho**”, do Prêmio Valor Social. A **qualidade de vida e o resgate da auto-estima de seus colaboradores** fazem parte da filosofia da Editora Palavra Mágica e da MR Sobremesas, vencedoras do prêmio Valor Social na categoria “Micro e pequenas empresas”. A palavra mágica mobiliza seus colaboradores, órgãos públicos na região de Ribeirão Preto, onde se localiza, e outras editoras para criar bibliotecas infantis nas creches da região. (grifos nossos).

Não basta a empresa estar envolvida em seu modelo de gestão, apenas nas preocupações internas e na comunidade na qual está inserida. Deve também implementar em sua gestão, um programa de atuação no campo da responsabilidade social, decerto elaborado em seu código de ética em melhores práticas para o consumidor, construídas exatamente no respeito à dignidade da pessoa humana e, principalmente, nos ditames preconizados pelo próprio Código de Proteção e Defesa dos Consumidores. A empresa deve estar atenta aos direitos básicos dos consumidores a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem. (art. 6º, inciso II, da Lei 8.078/90).

Esse conjunto de informes diz respeito não tanto ao produto, pois as suas principais características estarão relacionadas neles próprios, mas principalmente, refere-se ao conjunto de informações pontuais e relevantes acerca da empresa e de suas atividades no âmbito social que possam refletir positivamente no consumidor. O atendimento ao consumidor é de relevante importância para a imagem da empresa, pois representa a preocupação dos efeitos

de seus produtos na casa dos consumidores. Tomando como ilustração novamente, o Prêmio Eco 2001, exposto por Tachizawa (2008), tem-se que na categoria “Respeito aos consumidores”, a vencedora foi a Nestlé, cujo conceito de responsabilidade social sempre existiu e está relacionado ao atendimento ao consumidor. Nessa empresa, para que todos entendam a importância que desse atendimento, não só as mensagens dos clientes são repassadas aos vários departamentos da organização, mas, igualmente, profissionais de outras áreas fazem estágios entre os funcionários do Nestlé Serviço ao Consumidor.

Concernente a gestão ecológica, define-se como um pilar de sustentação dessa nova maneira de gerir a empresa. Segundo Kraemer (2004), a gestão ambiental tem-se configurado como uma das mais importantes atividades relacionadas em qualquer empreendimento. Muitas organizações empresariais estão cada vez mais preocupadas em atingir e demonstrar um desempenho mais satisfatório em relação ao meio ambiente e a qualidade de vida de seus componentes internos e externos, motivados pelas mudanças nos valores da cultura empresarial, da dominação para a parceria, da ideologia do crescimento econômico para a ideologia da sustentabilidade ecológica.

O avanço tecnológico e o desenvolvimento do conhecimento humano, por si sós, não produzem efeitos se a qualidade da administração efetuada sobre os grupos organizados de pessoas não permitir uma aplicação efetiva desses recursos humanos. A administração, com suas novas concepções, entre elas a dimensão da gestão ambiental e de responsabilidade social, está sendo considerada uma das principais chaves para a solução dos mais graves problemas que afligem atualmente o mundo moderno.

O conceito da gestão eco-eficiente, que visa operar uma empresa reduzindo ao máximo o consumo de matérias-primas, insumos e energias, otimizando todo o processo produtivo e reduzindo o impacto ambiental, inclui a utilização de tecnologias menos poluentes ou perigosas (tecnologias limpas) e técnicas operacionais de “prevenção à poluição”. Alguns resultados práticos da gestão eco-eficiente para a empresa são, por exemplo: redução dos custos de produção; melhoria no planejamento de estoque, da produção e das vendas; redução do número de acidentes de trabalho; redução dos custos de seguro; aprimoramento do sistema de gerenciamento ambiental (SGA); melhor relacionamento com os órgãos de controle ambiental; Melhoria da imagem da empresa perante os consumidores e a comunidade circunvizinha à empresa; aumento da cotação das ações da empresa (KRAEMER, 2004).

No Prêmio Eco- 2001, as empresas vencedoras na categoria “Respeito ao meio ambiente” foram a *Ecovias Imigrante* e a *Ford*. Nesta última, princípios ecológicos estão sendo rigorosamente implantados, juntamente com as fábricas de Tatuí e São Paulo, que

tiveram seus procedimentos e instalações modificadas para adequação a esses princípios. A fábrica da Ford na Bahia é resultado da união de modernos conceitos de engenharia automobilística à mão-de-obra das comunidades locais, com a utilização correta dos recursos naturais.

A transformação e a influência ecológica nos negócios se farão sentir de maneira crescente e com efeitos econômicos cada vez mais profundos. As organizações que tomarem decisões estratégicas integradas à questão ambiental e ecológica conseguirão significativas vantagens competitivas, quando não, redução de custos e incremento nos lucros a médio e longo prazo. Tachizawa (2008) cita como exemplo, a empresa 3M, que somando as 270 mil toneladas de poluentes na atmosfera e 30 mil toneladas de efluentes nos rios que deixou de despejar no meio ambiente desde 1975, conseguem economizar mais de US\$ 810 milhões combatendo a poluição nos 60 países onde atuam. Outra empresa, a *Scania Caminhões*, contabiliza economia em torno de R\$ 1 milhão com programa de gestão ambiental que reduziu 8,6 % do consumo de energia, 13,4% do de água e 10% do volume de resíduos produzidos apenas no ano de 1999.

O citado autor (2008) reproduz as descrições das organizações empresariais para anos vindouros, por alguns autores como Peter F. Drucker, Jay Galbraith, Bill Gates, Michael E. Porter, Don Tapscott, entre outros, dizendo que o futuro das organizações estará diretamente relacionado, mais do que a seu desempenho na produção de bens ou serviços, a seu desempenho econômico-financeiro. Para que isto aconteça, é necessário que se busque a mais avançada tecnologia, porém adequada as suas necessidades e sem excessos que poderão gerar ociosidade; que se adquiram seus insumos em fornecedores que apresentem adequadas condições de fornecimento (prazos, preços e afins), certificações de qualidade e postura social e ambientalmente correta (o selo verde, a depender do insumo); que se utilize capital próprio ou se obtenha vinculado a operações de suas vendas; que se formem equipes de pessoas que apresentem altos níveis de eficiência e estejam comprometidas com os negócios da organização; e que se atue em consonância com um modelo de negócios que contemple os aspectos da gestão ambiental e responsabilidade social.

Então, se há uma preocupação com a preservação do meio ambiente, implica na intenção de continuidade da vida humana presentes e futuras, bem como, outras espécies de vida. A gestão ambiental, enfim, torna-se um importante instrumento gerencial para capacitação e criação de condições de competitividade para as organizações qualquer que seja seu segmento econômico.

#### 4.3 PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: ESTUDO DE CAMPO NAS EMPRESAS DE SOUSA

Depois de contextualizada a responsabilidade socioambiental em todos os aspectos, expondo conceitos, vantagens e o atual modelo de gestão necessário para as empresas acompanharem as mudanças no mercado competitivo, pautado em tal tema, expõe-se o levantamento de dados extraídos dos questionários aplicados em dez empresas da cidade de Sousa-PB, como meio de avaliar suas gestões sob a égide da responsabilidade socioambiental. Comprovar através de porcentagens, se estas empresas, que representam todo o empresariado sousense, adotam em suas gestões, práticas de responsabilidade socioambiental.

Tal questionário foi elaborado levando em consideração os indicadores que compõem o balanço social, já comentado alhures, e que de acordo com Lorenzo (1998 *apud* BESSA, 2006, p. 196):

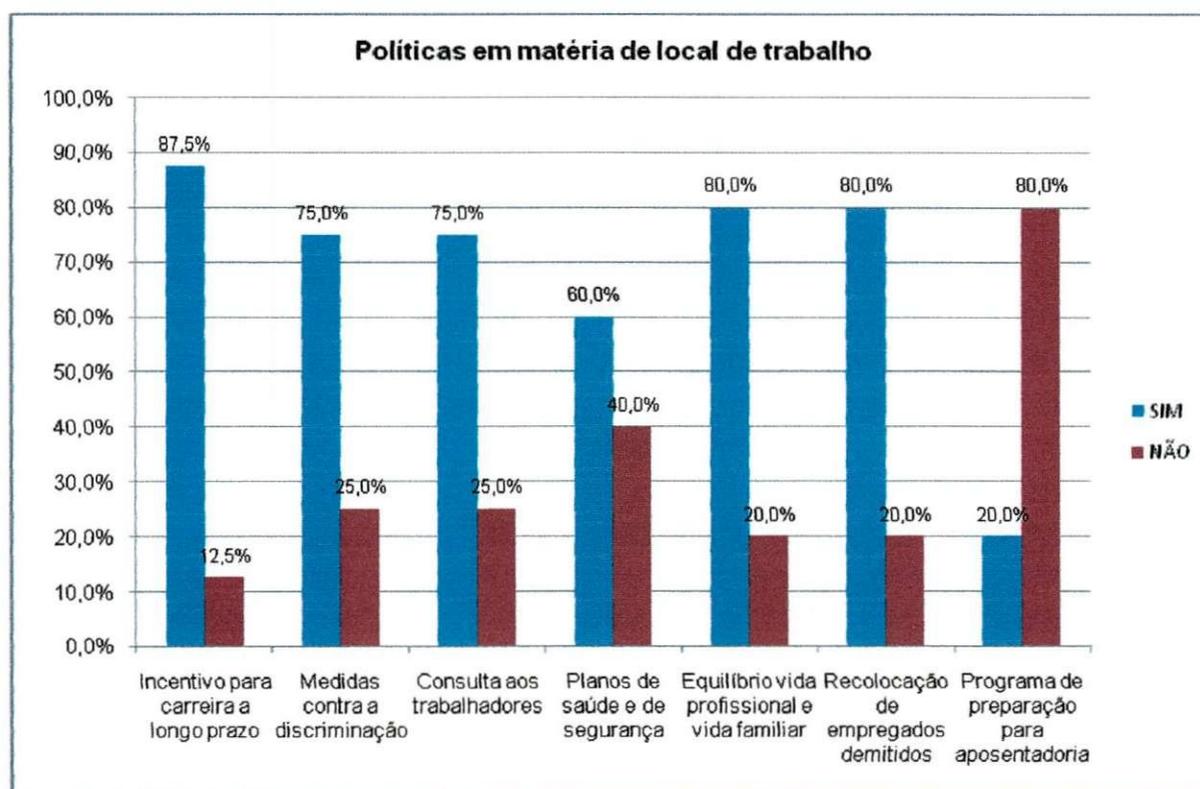
Considera-se balanço social cooperativo o documento que emite uma organização cuja finalidade é oferecer informação metódica e uma sistemática referente à responsabilidade social assumida e exercida por ela. Constituída uma ferramenta para informar, planejar, avaliar e controlar o exercício de dita responsabilidade em concordância com a identidade cooperativa.

É, pois, formado por indicadores dos investimentos e das ações realizadas pelas empresas no cumprimento de sua função social junto aos seus funcionários, ao governo e às comunidades com quem interagem, direta e indiretamente, bem como de identificadores da sustentabilidade e responsabilidade social que permitem comparações e representam conceitos e relações quantificáveis vinculados com as dimensões consideradas. Apesar de existirem características diferentes nos setores econômicos e tipos de atividades desenvolvidas, há aspectos comuns a todos os ramos da atividade empresarial que permitem o uso de indicadores aplicáveis a todas as empresas.

A pesquisa dispõe de uma amostragem de empresas de diversos setores, a saber, alimentício, produtos higiênicos, fábricas de sandálias, distribuidoras de bebidas e automobilísticos, escolhidos de modo que abrangessem ao máximo o comércio sousense, representando-o. O questionário foi elaborado sob os moldes dos modelos do IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), Instituto Ethos e da GRI (Global Reporting Initiative), cujos conteúdos colaboram para o fortalecimento da participação e a

melhoria de condições econômicas dos cooperados refletindo na maior democratização das relações e na promoção da cidadania.

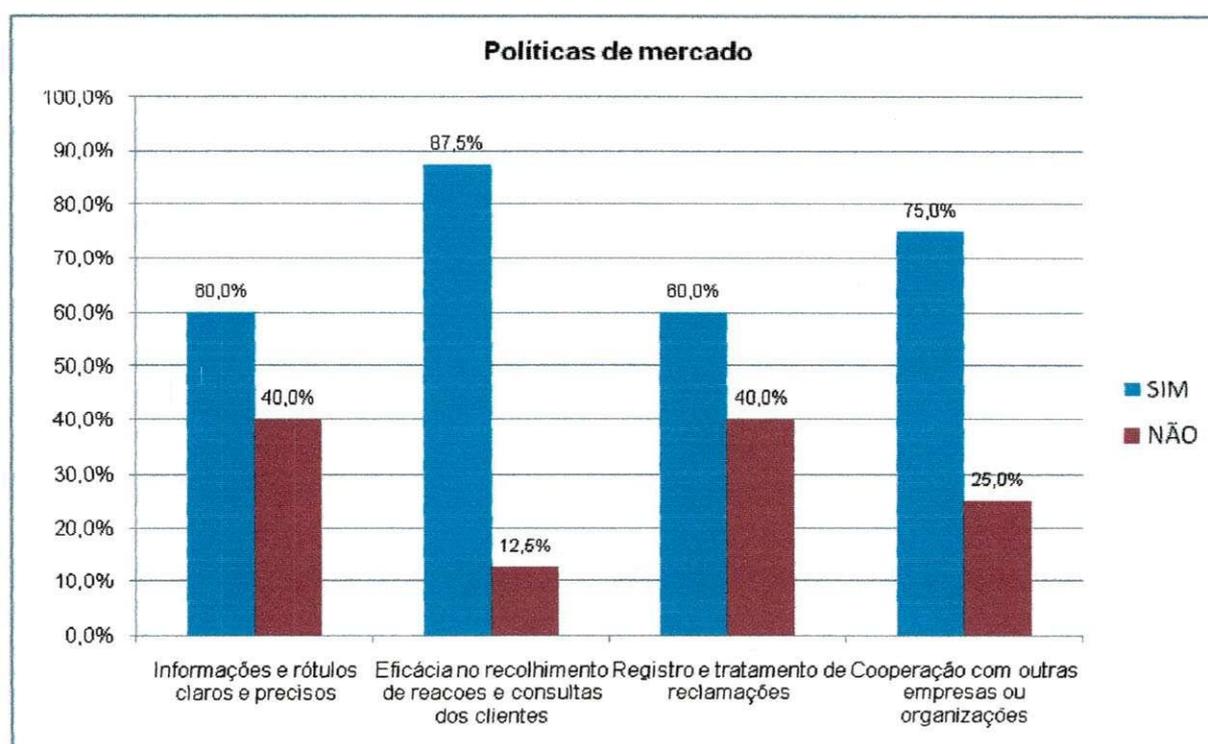
O questionário é dividido em tópicos que avaliaram as empresas nos aspectos que compõem a responsabilidade social, a saber, preocupações com os funcionários, com os consumidores, com a comunidade, com a eticidade (valores da empresa) e com a preservação ambiental, sempre levando em conta as vantagens lucrativas da mesma. Na primeira parte o questionário avalia políticas em matéria de local de trabalho, que compõem os indicadores sociais, os quais segundo o Instituto Ethos (2005) representam a relação da entidade com os empregados (política salarial, normas de recrutamento, investimentos em treinamento, programas de saúde, programas de educação, políticas de demissão de pessoal, índices de satisfação.). A seguir, o gráfico que representa as porcentagens de tal indicador, valendo ressaltar que o “sim” corresponde a afirmativa da prática de responsabilidade social e o “não”, obviamente, a negativa:



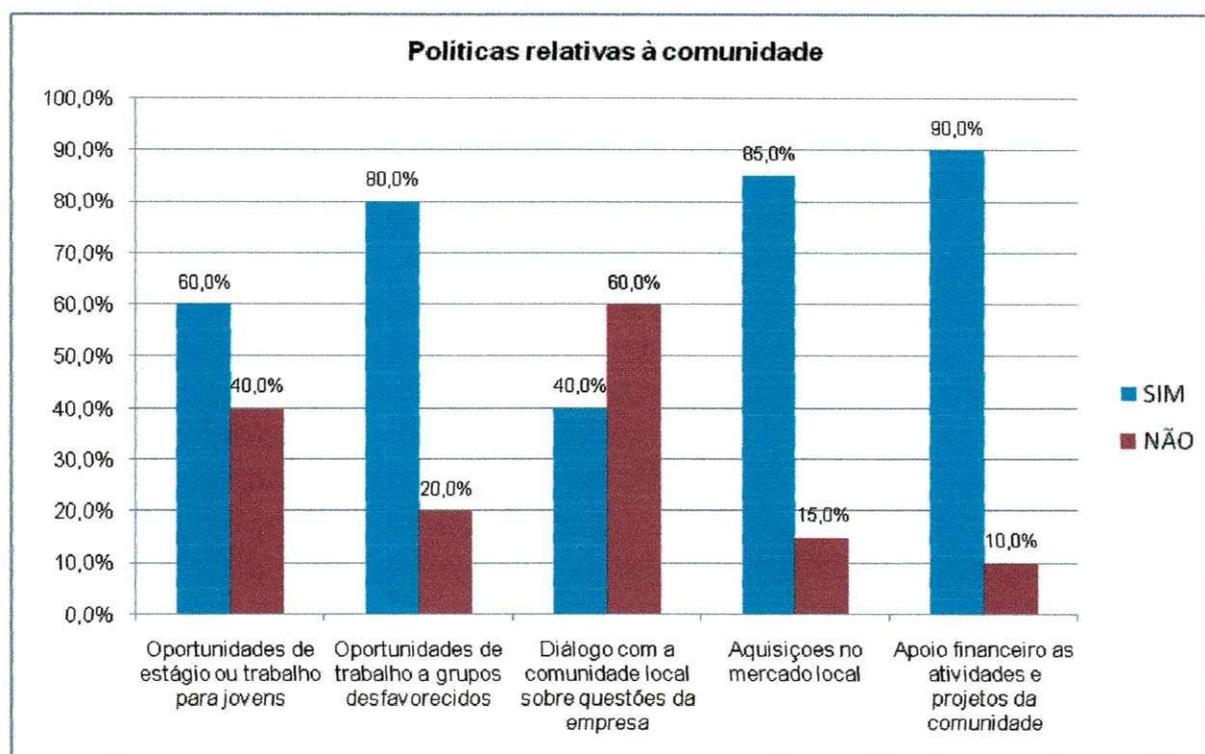
Nota-se que um pouco mais da metade das empresas entrevistadas, adotam políticas em relação ao incentivo da carreira a longo prazo, à medidas contra a discriminação, principalmente na hora de contratar (por exemplo, contra mulheres, grupos étnicos, pessoas com deficiência). Que consultam os trabalhadores sobre questões importantes, demonstrando

a adoção de diálogo entre patrão e empregado, sendo vistos estes como colaboradores, visão esta pautada na gestão empresarial do mundo moderno. Proporciona aos trabalhadores um *equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar*, admitindo, por exemplo, horários de trabalho flexível ou permitindo o trabalho em casa e adota política de recolocação para os empregados demitidos. Os índices menores de práticas de responsabilidade foram os que avaliaram a disposição de planos em matéria de saúde, segurança e apoio social que protejam adequadamente os trabalhadores, bem como a adoção de programa preparatório dos empregados para aposentadoria. Neste tópico, os entrevistados frisaram o retorno financeiro que proporciona o funcionário mais comprometido com a empresa.

Avaliou-se também a política de mercado, no sentido do atendimento aos consumidores, onde se procurou saber se a empresa disponibiliza informação e rótulos claros e precisos sobre os produtos e serviços, inclusive em matéria de obrigações pós-venda; se a empresa utiliza algum processo que garanta a eficácia na recolha de reações e nas consultas e/ou diálogo com os clientes, fornecedores e outras pessoas com quem negocia; se a empresa utiliza algum processo de registro e tratamento de reclamações apresentadas por clientes, fornecedores e parceiros comerciais; se a empresa coopera com outras empresas ou organizações na abordagem de questões suscitadas pela responsabilidade empresarial. Consta-se no gráfico abaixo, que há também, um bom índice de atendimento ao consumidor, principalmente através de telemarketing:

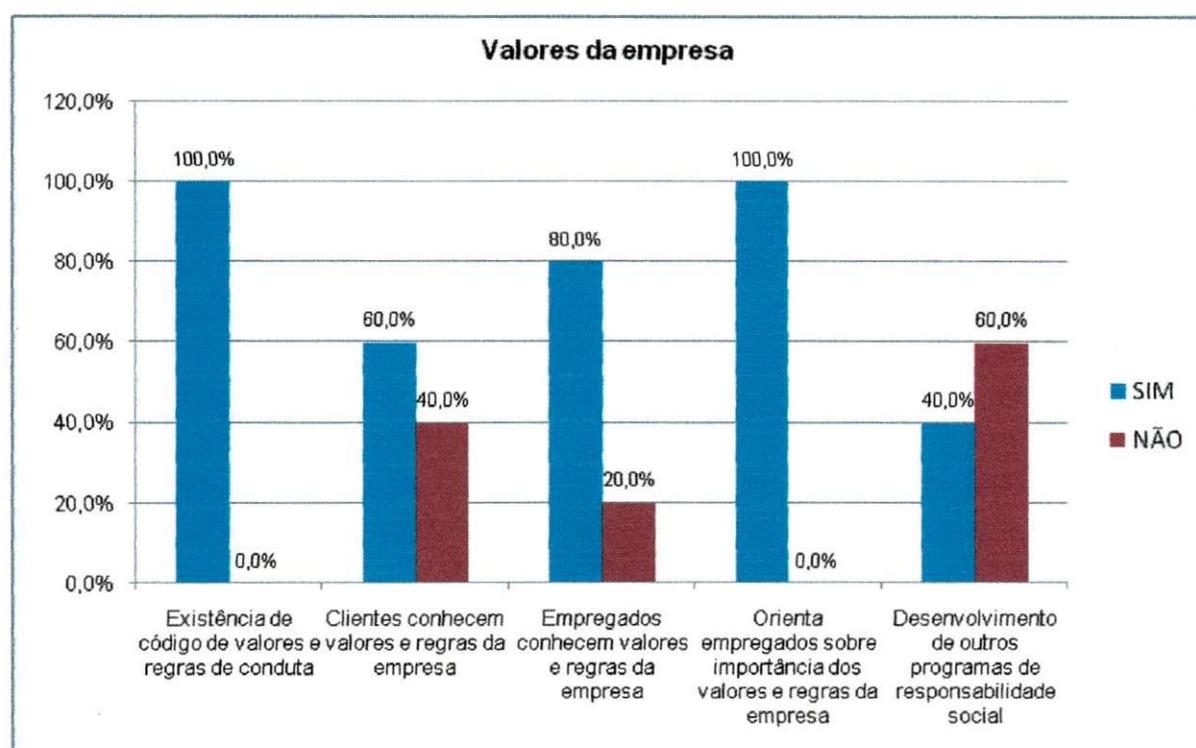


Ainda no âmbito social, tem a questão das políticas relativas à comunidade, tais como doações e investimentos em programas sociais (contribuições à comunidade externa: investimento em cultura, pesquisas, educação, etc. e o que se refere a supostos prejuízos à comunidade (influência nos níveis de desemprego, atividades/ produtos que causam danos à saúde da população.). O questionário buscou saber informações quanto a oportunidades de estágio ou de trabalho para jovens; oportunidades de trabalho a pessoas pertencentes a grupos desfavorecidos; Se a empresa tem dialogado com a comunidade local sobre questões desfavoráveis, controvérsias ou delicadas que envolvam a sua empresa (como, por exemplo, a acumulação de resíduos fora das suas instalações ou veículos a obstruírem estradas ou caminhos); se empresa tenta fazer as suas aquisições no mercado local; se a empresa oferece um apoio financeiro regular às atividades e projetos da comunidade local (por exemplo, através de donativos a organizações de beneficência ou de patrocínios). Este último tópico foi o que teve a maior porcentagem de afirmativa, expondo o apoio das empresas para com creches, escolas, instituições de caridades e eventos culturais da cidade, conforme gráfico que segue:



Bem como, realizou-se o estudo acerca dos valores éticos da empresa, que como se viu, é aspecto fundamental no estudo da responsabilidade social, pois com ética em sua gestão, o empresário pratica sua atividade pautada na dignidade humana, proporcionando

justiça social interna e externamente, permitindo alcançar os demais aspectos que compõem as práticas sociais. Procurou-se saber se existe na empresa um código de valores e regras de conduta; se os trabalhadores e clientes são cientes dos valores e regras de conduta da empresa, e se a empresa proporciona formação aos trabalhadores sobre a importância desses valores e regras de condutas. Como demonstra o gráfico abaixo, todas as empresas entrevistadas possuem algum código de conduta ética aplicado no desenvolvimento da atividade, e todas procuram conscientizar a importância desse campo axiológico empresarial, através de palestras, cursos e enfim, meios que compreendam todos os envolvidos:



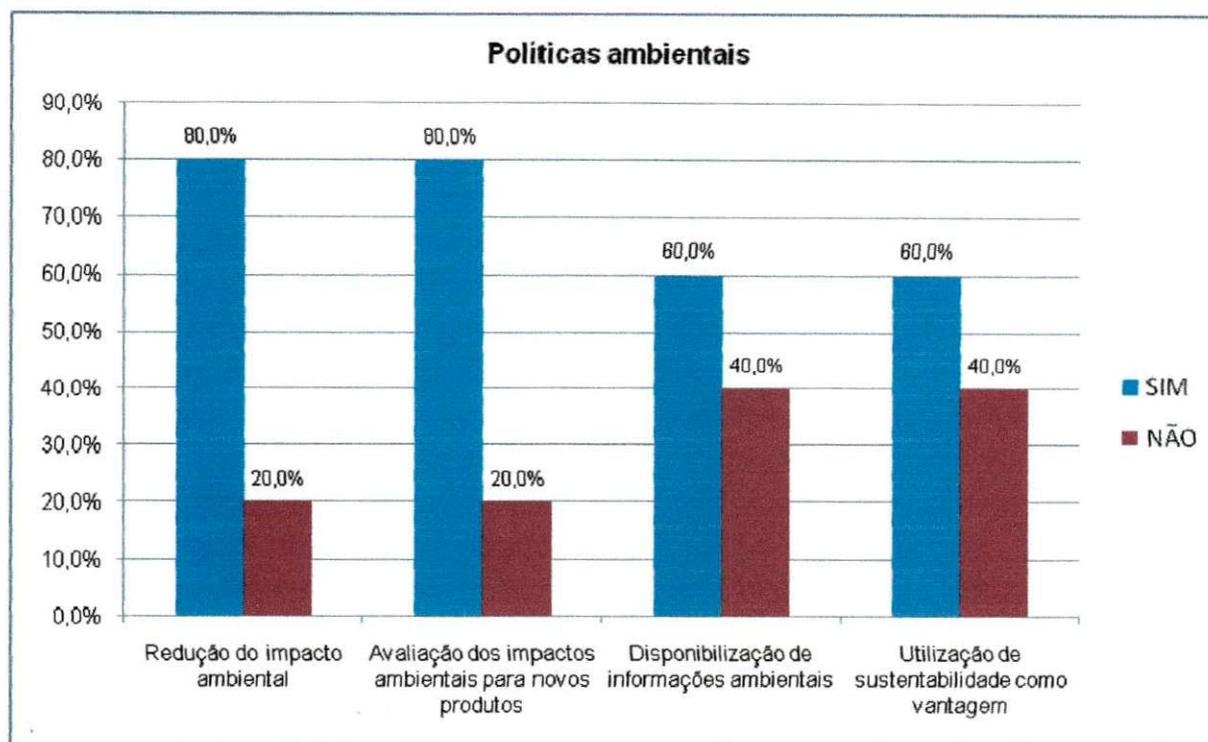
E finalmente, explorou-se a questão ambiental, avaliando se a atividade desenvolvida é realizada em consonância com a proteção ambiental, e pois, se é firmada a dinâmica do desenvolvimento sustentável, onde se procura o equilíbrio econômico, aliado a valores sociais e ambientais. O questionário procurou saber se a empresa já tentou reduzir o impacto ambiental em termos de poupança de energia, em termos de prevenção da poluição (como, por exemplo, emissões para a atmosfera e para a água, descargas de efluentes, ruído) e em termos de opções de transporte sustentável, onde 80% dos entrevistados responderam que “sim”. Vale destacar isoladamente, os programas desenvolvidos nas empresas, citados pelos entrevistadores, como foi o caso da empresa responsável pela fabricação de café que adquiriu equipamentos para reduzir a emissão de fumaça e de resíduos sólidos.

Assim como, o programa desenvolvido por uma distribuidora de bebidas, o OBZ (Orçamento Base Zero) que procura reduzir o consumo de energia elétrica, onde em cada setor da empresa escolhe-se mensalmente, uma pessoa encarregada pela diminuição dos custos e o setor vencedor, ganha bônus no final do mês relacionado à atividade; nesta mesma empresa há o Projeto Reciclar, pelo qual a venda do lixo é convertida em material escolar para os filhos dos empregados. Sem esquecer uma indústria de sabão, que promoveu a mudança de matéria-prima que causava acúmulo de resíduos sólidos no meio ambiente.

Pode-se fazer um paralelo desses exemplos isolados, com os citados por Tachizawa (2008) de empresas que adotaram tecnologias limpas, projetos de desenvolvimento sustentável, resíduos sólidos industriais e reciclagem de materiais, que trouxeram grandes vantagens lucrativas para estas empresas, principalmente na atração de novos investidores. A Latasa, líder na fabricação de embalagens metálicas para cervejas e refrigerantes no Brasil, Argentina e Chile, mantém programa de coleta permanente de sucata como estratégia para proteger a imagem do produto e sua previsão é faturar, apenas com reciclagem, US\$ 15 milhões para 2002.

Outro nicho rentável do mercado ambiental é o reaproveitamento de resíduos industriais. Essa tecnologia é a alma do negócio da Resotec. A empresa co-processa lixo industrial (borras oleosas, tintas, vernizes, pneus, produtos fotográficos e catalisadores usados), que alimenta os fornos de cimento da empresa. O serviço é prestado para clientes como (Petrobrás, Fiat, Copene, Mercedes Benz e General Motors), totalizando o co-processamento de 40 mil toneladas anuais de resíduos (as empresas gerenciam seus resíduos e eliminam seus passivos ambientais). A instalação de projetos de seqüestro de carbono (CO<sub>2</sub>), com a utilização do mecanismo de desenvolvimento limpo (MDL) previsto no Protocolo de Kyoto, é a principal estratégia da Plantar para faturar US\$ 30 milhões a curto e médio prazo. A empresa produz ferro-gusa a partir da queima de carvão vegetal, com a contrapartida do plantio de 23 mil hectares de florestas com financiamento do Banco Mundial.

No questionário foi perguntado também, se no desenvolvimento de novos produtos e serviços, levam em conta os potenciais impactos ambientais (por exemplo, avaliando a utilização de energia, as possibilidades de reciclagem ou a emissão de substâncias poluentes) e 80% das empresas afirmaram que adotam sim, tal prática, de acordo com o gráfico que segue:



Vale ressaltar como exemplo isolado, a indústria de café que utiliza a lenha extraída da Algaroba, espécie vegetal encontrada na própria região, cuja extração é aprovada pelo IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis) e pela SUDEMA (Superintendência de Administração do Meio Ambiente.). Perguntado se a empresa disponibiliza informação ambiental clara e precisa sobre os seus produtos, serviços e atividades aos clientes, fornecedores, comunidade local, bem como se ela consegue identificar formas de a sua empresa utilizar a sustentabilidade dos seus produtos e serviços para obter uma vantagem sobre a concorrência (por exemplo, através da possibilidade de reciclagem dos produtos, da eficiência energética.), 60% dos entrevistados responderam “sim”, conforme gráfico anteriormente exposto. Neste último, faz-se mister destacar um outro programa desenvolvido pela indústria de café, onde há uma promoção envolvendo as embalagens do café, o consumidor troca determinado número de embalagens por prêmios, as quais são recolhidas pela fábrica e incineradas, evitando o acúmulo de plástico no meio ambiente, e em contrapartida, fidelizando o cliente na compra do produto, apresentando assim, vantagens diante da concorrência, sendo este exemplo de uma verdadeira prática de desenvolvimento sustentável.

Percebe-se que os investimentos ligados ao meio ambiente, cresce a cada dia, como meio das organizações se desenvolverem economicamente de maneira sustentável. Para Tachizawa (2008, p. 56):

Há, para o futuro, muito espaço a ser explorado, um cenário promissor que se abre para o Brasil e para a América Latina, para empreendimentos empresariais ligados ao meio ambiente. A região possui graves problemas ambientais, como a geração de 350 mil toneladas de resíduos sólidos por dia e com apenas 49% da população com serviço de esgoto. A indústria de reciclagem no mundo já movimentava 600 milhões de toneladas anuais de lixo e fatura US\$ 160 bilhões. Ainda em desenvolvimento no Brasil, esse setor gera recursos da ordem de US\$ 1,2 bilhão por ano, apenas 20% do potencial existente.

A cidade de Sousa tem um potencial econômico relativamente desenvolvido e diversificado, contado nos dias atuais, com aproximadamente 160 indústrias, o que coloca a cidade no posto de mais industrializada no interior do Estado. Através do questionário, observa-se que o empresariado sousense, apesar de ser em proporções regionais, já acompanha as mudanças comportamentais da empresa atual, adotando em sua gestão preocupações ambientais e sociais, e encarando esta forma de gerir a sua atividade, como o único meio de permanecer no mercado competitivo. Estão conscientes que para competir com maior eficácia, devem introduzir estratégias de redução de custos, tecnologias da informação, qualidade, tudo isso, pautado em práticas ambientais e socialmente responsáveis, para atender o novo consumidor, saber trabalhar com a atual mão-de-obra disponível, novos investidores e se sobressair diante das demais organizações.

É salutar destacar que tais práticas de sustentabilidade das empresas sousenses, citadas ao longo do texto, em sua grande maioria, foram comprovadas de fato, através de elementos componentes dos programas, bem como de depoimento de funcionários e de cidadãos das comunidades locais, tendo claro, aquelas que responderam “sim”, sem, contudo, expor nada de concreto. Interessante acrescentar que tais comprovações, foram obtidas ao adentrar na empresa. Aquelas socialmente responsáveis apresentam uma estrutura organizada e se faz sentir um “clima” leve, motivado pela satisfação dos trabalhadores destas.

## 5 CONCLUSÃO

A complexidade da sociedade contemporânea leva ao reconhecimento da necessidade de uma inter-relação de todos os setores sociais na busca, principalmente, de uma vida digna para as presentes e futuras gerações. Parece ser esta uma visão utópica das relações humanas, a julgar pela intensidade dos problemas que cada cidadão passa principalmente em países na fase desenvolvimentista como é o caso do Brasil. Contudo, se mecanismos de interação social existem e podem gerar reflexos desta qualidade, deve-se intensificá-los, incentivá-los e, ainda, estudá-los nos mais diversos segmentos para que possam ser aperfeiçoados como ferramentas eficazes na busca da reparação da desigualdade, e do desenvolvimento sustentável.

Nesse sentido, a Constituição Brasileira de 1988 assume e afirma claramente a dignidade da pessoa humana, a função social e o valor social da livre-iniciativa, ao temperar a tutela dos direitos individuais em face da justiça social, da solidariedade, da igualdade e ao condicionar o reconhecimento da propriedade ao cumprimento de sua função social. Sendo assim, percebe-se que partindo da sua função social, a empresa pode ser uma colaboradora diante dos problemas coletivos, ou seja, além de exercer sua função social, cumprindo com todas as obrigações impostas pelo exercício da atividade estritamente empresarial, pode configurar-se como empresa socialmente responsável.

Uma empresa socialmente responsável busca seu desenvolvimento econômico, aliada ao desenvolvimento socioambiental, configurando-se a sustentabilidade, e, pois ladeado pela criação de uma nova referência do valor humano no que se refere ao relacionamento com seus acionistas, público interno, governo, comunidade, fornecedores, concorrentes e clientes, encontra na responsabilidade social, instrumento para permanecer no mercado competitivo e globalizado que se apresenta nos dias atuais, garantindo sua lucratividade que é a base de sua existência.

O presente estudo apresentou como objetivo geral, uma análise acerca da atividade empresarial limitada em razão do princípio da função social da empresa, o qual vincula a busca da lucratividade aos interesses coletivos. E como objetivos específicos, buscou-se constatar qualitativa e quantitativamente a preocupação da responsabilidade social na gestão das empresas do município de Sousa-PB; apontou a diferença entre responsabilidade social e função social da empresa, para que se tornasse possível à compreensão sobre a temática posta, e levantou dados teórico-práticos para serem utilizados na comprovação das vantagens decorrentes de programas de responsabilidade social, adotados pelas empresas, objeto da

pesquisa, como forma de promoção do desenvolvimento sustentável, constatando-se, portanto, o alcance dos mesmos.

Para tanto, o estudo se desenvolveu mediante o método de abordagem indutivo, onde por intermédio dos dados particulares de algumas empresas, suficientemente constatados, inferiu-se informações gerais. E como método de procedimento, se fez uso do histórico-evolutivo, direcionado, principalmente, à pesquisa acerca do Direito Comercial, desde seu surgimento, passando por todas as suas etapas até chegar à atual; do estudo comparativo, a fim de traçar um paralelo entre a função social e a responsabilidade social; e do exegético-jurídico, voltado à análise das proposições constitucionais e demais leis extravagantes que contribuem no entendimento acerca da função social e da responsabilidade social. E como técnica de pesquisa, se fez uso de um questionário, que teve como finalidade, apresentar um diagnóstico quantitativo-descritivo, da preocupação dada à responsabilidade social, nas empresas da cidade de Sousa-PB, e da pesquisa bibliográfica para a formação do referencial teórico utilizado na construção de todo o trabalho monográfico.

O que permitiu comprovar que boa parte do empresariado sousense, abarca em sua gestão práticas de responsabilidade socioambiental, confirmando a hipótese, previamente formulada. Bem como, percebeu-se através da aplicação do questionário que a absorção da responsabilidade socioambiental no gerenciamento da empresa em suas ações internas e externas, originou reflexos positivos e significativos na comunidade, ressaltando a contribuição das empresas – principalmente aquelas localizadas nos bairros carentes do município – na inclusão social, pois, à medida que se abrem oportunidades de empregos aos moradores destas comunidades, proporciona manutenção da subsistência, melhor acesso ao ensino básico e forma de conscientização quanto ao meio ambiente natural.

Ressalta-se ainda, que a adoção dos novos conceitos empresariais faz refletir-se na nova visão consumeirista, onde os consumidores atentam para as certificações dos produtos ou serviços e passa a utilizar-se, em escala, dos seus fundamentos como critério na decisão de compra. Vale dizer, a busca da qualidade deixa de ser meramente retórica e passar a ser comprovada. E que o empresariado pode e deve participar juntamente com o Estado na formação da conscientização do consumidor para optarem por aquisição de produtos desenvolvidos sustentavelmente.

O grande desafio para que mais empresários se lancem por essas vias não é o da conscientização ética e moral para com o social, mas sim o de como conseguir conciliar seus custos para que possa a empresa se envolver em quaisquer destas possibilidades de auxílio social – redução das desigualdades e da pobreza, possibilitando a inclusão social e o

desenvolvimento sustentável – ou de outras não elencadas, sem que perca competitividade ou sem que comprometa a própria atividade fim. E para sanar tal dúvida, foram expostos exemplos de empresas que obtiveram vantagens lucrativas, por adotarem esta postura, onde com o surgimento desta nova demanda de consumidores que exigem maior transparência nos negócios, diferenciam-se das demais, por ser reconhecido o desenvolvimento de tecnologias inovadoras que produzem resultados sustentáveis e qualidade nos produtos, bem como a construção de relações de trabalho mais justas, e aqui, pode-se ressaltar o empenho dos trabalhadores na produção. Além de proporcionar maior valor agregado à sua imagem e marca.

Desta feita, como resultados, constatou-se que a empresa atual, em seu perfil multifacetado, demonstra ter estruturação propícia e de gestão para o exercício de atividades distintas de seu objeto social, na busca do preenchimento da função social, nos exatos preceitos constitucionais estabelecidos no art. 170 da Carta Magna para disciplinar a ordem econômica e social, bem como no seu artigo 225 que consagra a adoção do desenvolvimento econômico voltado para a preservação do meio ambiente, sem, contudo se afastarem da obtenção do lucro e geração de riquezas.

Vê-se, portanto, que a gestão de negócios sustentáveis é claramente uma tarefa necessária e possível, e se assim não fizerem, as empresas correm o risco de serem penalizadas pela sociedade e pelo mercado, que cada vez mais tem marginalizado e desprestigiado empresas funcionalmente insustentáveis, além de correr o risco de serem penalizadas pelo Judiciário e pelo Estado, exigindo-se para tal feito, uma energia adicional na condução de todos os passos que compõem a atividade econômica organizada.

Percebeu-se, pois, que empresas que adotam práticas de sustentabilidade e responsabilidade social, apresentam uma estrutura organizada e se faz sentir um “clima” leve, motivado pela satisfação dos trabalhadores destas. Fato que se comprovou nas empresas sousesenses entrevistadas, e que afirmaram no questionário serem socialmente responsáveis, através de programas, voltados a tal finalidade e cuja aplicabilidade verificou-se efetiva, tendo claro, aquelas que responderam “sim”, sem, contudo, expor nada de concreto.

## REFERÊNCIAS

AGENDA 21. **Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento**. 2. Ed. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, Mesa Biênio 1997/1998.

ASHLEY, Patrícia Almeida. A mudança histórica do conceito de responsabilidade social empresarial. IN: \_\_\_\_\_ (coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

ASQUINI, Alberto. Profili dell' impresa. Tradução Fábio Konder Comparato. In: **Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro**, nº 104. São Paulo: RT, 1996. Disponível em: <http://jus.uol.com.br/revista/texto/18346/limitar-a-responsabilidade-do-empresario-individual-e-juridicamente-possivel/7>. Acesso em: 25 fev. 2011.

BESSA, Fabiane. **Responsabilidade Social das Empresas: Práticas Sociais e Regulação Jurídica**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho. **Recurso de Revista nº 851/2002-043-15-00 (DJ-20/04/2007)**. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/jurisprudencia/exibir/183968/TST-RR-851-2002-043-15-00>>. Acesso em: 20 abr.2011.

\_\_\_\_\_. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

\_\_\_\_\_. Lei nº. 6.404, de 15 de dezembro de 1976. **Dispõe sobre as Sociedades por Ações**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 17 dez. 1976. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L6404consol.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6404consol.htm). Acesso em: 03 mai. 2011.

\_\_\_\_\_. Lei nº. 6.938, de 31 de agosto de 1981. **Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 2 set.. 1981: Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L6938.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6938.htm)>. Acesso em: 20 mar. 2011.

\_\_\_\_\_. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 12 set.. 1999: Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 17 mar. 2011.

\_\_\_\_\_. Lei nº. 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Código Civil Brasileiro**. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

\_\_\_\_\_. Lei nº. 11.101, de 9 de fevereiro de 2005. **Regula a recuperação judicial, a extrajudicial e a falência do empresário e da sociedade empresária**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 09 fev. 2005. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2005/lei/111101.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/111101.htm)>. Acesso em: 04 Mai. 2011.

\_\_\_\_\_. Tribunal Superior do Trabalho. **TRT 2ª R. – RO 20010310058 – (20020082600) – 1ª T. – Rel. Juiz Eduardo de Azevedo Silva – DOESP 12.03.2002**. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/jurisprudencia/exibir/733885/TST-RR-786-2005-075-02-40>>. Acesso em: 20 abr. 2011.

\_\_\_\_\_. Tribunal Superior do Trabalho. **TRT/SP - 00443200808902000 - RO - Ac. 11aT 20090655987 - Rel. Eduardo de Azevedo Silva - DOE 01/09/2009**. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/jurisprudencia/exibir/733885/TST-RR-786-2005-075-02-40>>. Acesso em: 20 abr. 2011.

BULGARELLI, Waldirio. **O Novo Direito Empresarial**. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial**. 14 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

COMPARATO, Fábio Konder. **Estado, Empresa e Função Social**. São Paulo, RT 732, p. 38-46, 1996.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DINIZ, Maria Helena. **Código Civil Anotado**. 12. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

DUARTE, Ronnie Preuss. **Teoria da Empresa à Luz do Novo Código Civil Brasileiro**. São Paulo: Método, 2004.

ETHOS. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2005**. Indicadores Ethos. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?Alias=Ethos&Lang=pt-BR&TabID=1>>. Acesso em: 24 abr. 2011.

FIUZA, César. **Direito Civil: Atualidades II: da autonomia privada nas situações jurídicas patrimoniais e existenciais**. Belo Horizonte: Del Rey, 2007.

GAMA, Guilherme Calmon Nogueira da; ANDRIOTTI, Caroline Dias. **Breves notas históricas da função social no Direito Civil**. São Paulo: Atlas, 2008.

HART, Stuart L. **Criando valor sustentável**. RAE executivo. v.3, n.2. maio/jul 2004. p.65-79. Disponível em <[http://www.ciflorestas.com.br/arquivos/doc\\_praticas\\_\\_12604.pdf](http://www.ciflorestas.com.br/arquivos/doc_praticas__12604.pdf)>. Acesso em: 10 abr. 2011.

HUSNI, Alexandre. **Empresa Socialmente Responsável: Uma Abordagem Jurídica e Multidisciplinar**. São Paulo: Quartier Latin, 2007.

JORNAL VALOR (ago. 2000) IN: TACHIZAWA, Takesky. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira; TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Contabilidade e Gestão Ambiental**. São Paulo: Atlas, 2004.

LEMOS JUNIOR, Eloy Pereira. **Empresa e função social**. Curitiba: Juruá, 2009.

LOPES, Ana Frazão de Azevedo. **Empresa e propriedade: função social e abuso do poder econômico**. São Paulo: Quartier Latin, 2006.

MACEDO, Célia Regina Souza. **A Dignidade da Pessoa Humana**. Disponível em: <<http://www.webartigos.com/articles/14240/1/A-Dignidade-da-Pessoa-Humana/pagina1.html#ixzz1Jt0GgE1m>> Acesso em: 18 abr. 2011.

MACHADO, Paulo Affonso Leme. **Direito Ambiental Brasileiro**. 5. ed. São Paulo: Malheiros Editores Ltda, 1995.

MAMEDE, Gladston. **Direito Empresarial Brasileiro: empresa e atuação empresarial**, v. 1. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MATIAS, João Luís Nogueira. **A propriedade e a ética empresarial: a distinção entre a função social da empresa e a teoria da social responsabilidade**. In: Matias, João Luís Nogueira; Wachowicz, Marcos. (Org.). **Direito de propriedade e meio ambiente – novos desafios para o século XXI**. 1. ed. Florianópolis: Boiteux, 2010, v. 1, p. 10-30.

MEDEIROS, Luciana Maria de. **Evolução histórica do Direito Comercial. Da comercialidade à empresarialidade.** Jus Navigandi, Teresina, ano 16, n. 2746, 7 jan. 2011. Disponível em: <<http://jus.uol.com.br/revista/texto/18219>>. Acesso em: 5. abr. 2011.

MELO NETO, Francisco P. de; FROES, César. **Gestão da Responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MENDONÇA, José Xavier Carvalho de. **Tratado de Direito Comercial Brasileiro.** Atualizado por Ricardo Negrão. Campinas: Bookseller, 2000.

MOURA, Luiz Antônio Abdalla de. **Qualidade e Gestão Ambiental: sugestões para implantação das normas ISO 14.000 nas empresas.** 3. ed. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2002.

NOVELINO, Marcelo. **Direito Constitucional.** São Paulo: Método, 2008.

REALE, Miguel. **Visão Geral do Novo Código Civil.** Jus Navigandi, nº. 54. Disponível em: <http://www1.jus.com.br/doutrina/texto.asp?id=2718>. Acesso em: 20 Mar. 2011.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de Direito Comercial.** 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

ROMAN, Artur. **Responsabilidade Social das Empresas: Um pouco de história e algumas reflexões.** Revista FAE Business. Número 9, p. 36, setembro de 2004.

ROSEMBLUM, Célia. **Pesquisa revela as expectativas do consumidor.** Valor Econômico, São Paulo, 6/06/2001, Valor Especial - Empresas & Comunidade, p. F-4.

SILVA, José Afonso da. **Aplicabilidade das Normas Constitucionais.** 17 ed. São Paulo: Malheiros, 2008.

TACHIZAWA, Takesky. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

TAVARES, André Ramos. **Direito Constitucional Econômico.** 2006, p. 128

TAYRA, Flávio. **O Conceito do Desenvolvimento Sustentável.** Disponível em: <http://www.google.com.br/#hl=ptBR&biw=1024&bih=550&q=conceito%2Bde%2Bdesenvol>

vimento%2Bsustentavel%2Bno%2Brelatorio%2Bbrundtland+tayra&aq=f&aqi=&aql=&oq=&bav=on.2,or.r\_gc.r\_pw.&fp=f5be97304ae0498a. Acesso em: 10 abr. 2011.

TOMASEVICIUS FILHO, Eduardo. **A função social da empresa**. Revista dos Tribunais, São Paulo, n. 92, p. 33-50, abr. 2003.

TORRES, Ciro. **Responsabilidade Social das Empresas**. Disponível em: <[HTTP://www.balacosocial.org.br/mediaART\\_2002\\_RSE\\_Vertical.pdf#search=%22%22Responsabilidade%20Social%3A%20A%20empresa%20hoje%22](http://www.balacosocial.org.br/mediaART_2002_RSE_Vertical.pdf#search=%22%22Responsabilidade%20Social%3A%20A%20empresa%20hoje%22)>. Acesso em: 17 abr. 2011.

## APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

O presente questionário pretende ser um instrumento de verificação de práticas de **Responsabilidade Social**, que serão distribuídas nas empresas sousenses. Ele irá ajudá-las a refletir sobre os esforços desenvolvidos pela sua empresa no domínio da responsabilidade empresarial, através de perguntas sobre as possibilidades de melhorar o seu negócio de forma lucrativa e pensando no bem estar-social.

### IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

1- Nome da empresa: \_\_\_\_\_

2- Número de trabalhadores: \_\_\_\_\_

3- Nome do responsável pelo preenchimento deste questionário: \_\_\_\_\_

### QUESTIONÁRIO

#### Políticas em matéria de local de trabalho

1. Incentiva os seus trabalhadores a desenvolverem uma carreira a longo prazo (por exemplo, através de um processo de avaliação do seu desempenho ou de um plano de formação)?

(a) Sim      (b) Não

2. Adota algum processo para garantir que sejam tomadas medidas adequadas, tanto no local de trabalho, como no momento da contratação, contra todas as formas de discriminação (por exemplo, contra mulheres, grupos étnicos, pessoas com deficiência, etc.)?

(a) Sim      (b) Não

2.1 Se respondeu **Sim**, que tipo de processo adota?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. Consulta os seus trabalhadores sobre questões importantes?

(a) Sim      (b) Não

3.1 Se respondeu **Sim**, quando foi a última vez que consultou os seus trabalhadores?

---

---

3.2 Ainda se respondeu **Sim**, qual o método que adotou para consultá-los?

---

---

4. A sua empresa dispõe de planos em matéria de saúde, segurança e apoio social que protejam adequadamente os seus trabalhadores?

(a) Sim      (b) Não

5. A sua empresa proporciona aos seus trabalhadores um equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar, admitindo, por exemplo, horários de trabalho flexível ou permitindo o trabalho em casa?

(a) Sim      (b) Não

6. A empresa adota política de recolocação para os empregados demitidos?

(a) Sim      (b) Não

7. A empresa adota programa de preparação dos empregados para aposentadoria?

(a) Sim      (b) Não

### **Políticas ambientais**

8. Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua empresa em termos de poupança de energia?

(a) Sim      (b) Não

8.1 Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua empresa em termos de minimização e reciclagem de resíduos?

(a) Sim      (b) Não

8.2 Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua empresa em termos de prevenção da poluição (como, por exemplo, emissões para a atmosfera e para a água, descargas de efluentes, ruído)?

(a) Sim      (b) Não

8.3 Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua empresa em termos de proteção da natureza?

(a) Sim      (b) Não

8.4 Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua empresa em termos de opções de transporte sustentável?

(a) Sim      (b) Não

9. Pode a sua empresa diminuir os custos reduzindo o seu impacto ambiental (por exemplo, reciclando, reduzindo o consumo de energia ou evitando poluir)?

(a) Sim (b) Não

10. No desenvolvimento de novos produtos e serviços, tem em conta os potenciais impactos ambientais (por exemplo, avaliando a utilização de energia, as possibilidades de reciclagem ou a emissão de substâncias poluentes)?

(a) Sim (b) Não

11. A sua empresa disponibiliza informação ambiental clara e precisa sobre os seus produtos, serviços e atividades aos clientes, fornecedores, comunidade local, etc.?

(a) Sim (b) Não

12. Consegue identificar formas de a sua empresa utilizar a sustentabilidade dos seus produtos e serviços para obter uma vantagem sobre a concorrência (por exemplo, através da possibilidade de reciclagem dos produtos, da eficiência energética, etc.)?

(a) Sim (b) Não

12.1 Se respondeu **Sim**, quais são as formas que identifica?

---

---

### **Políticas de mercado**

13. A sua empresa disponibiliza informação e rótulos claros e precisos sobre os seus produtos e serviços, inclusive em matéria de obrigações pós-venda?

(a) Sim (b) Não

14. A sua empresa utiliza algum processo que garanta a eficácia na recolha de reações e nas consultas e/ou diálogo com os clientes, fornecedores e outras pessoas com quem negocia?

(a) Sim (b) Não

14.1 Se respondeu **Sim**, que tipo de processo utiliza?

---

---

15. A sua empresa utiliza algum processo de registo e tratamento de reclamações apresentadas por clientes, fornecedores e parceiros comerciais?

(a) Sim (b) Não

15.1 Se respondeu **Sim**, que tipo de processo utiliza?

---

---

16. A sua empresa coopera com outras empresas ou organizações na abordagem de questões suscitadas pela responsabilidade empresarial?

(a) Sim      (b) Não

### **Políticas relativas à comunidade**

17. A sua empresa proporciona oportunidades de estágio ou de trabalho para jovens?

(a) Sim      (b) Não

18. A sua empresa proporciona oportunidades de trabalho a pessoas pertencentes a grupos desfavorecidos?

(a) Sim      (b) Não

19. Tem dialogado com a comunidade local sobre questões desfavoráveis, controvérsias ou delicadas que envolvam a sua empresa (como, por exemplo, a acumulação de resíduos fora das suas instalações ou veículos a obstruírem estradas ou caminhos)?

(a) Sim      (b) Não

20. A sua empresa tenta fazer as suas aquisições no mercado local?

(a) Sim      (b) Não

21. A sua empresa oferece um apoio financeiro regular às atividades e projetos da comunidade local (por exemplo, através de donativos a organizações de beneficência ou de patrocínios)?

(a) Sim      (b) Não

21.1 Se respondeu **Sim**, no último ano, que tipo de apoio financeiro ofereceu?

---

---

### **Valores da empresa**

22. Existe na sua empresa um código de valores e regras de conduta?

(a) Sim      (b) Não

23. Os seus clientes estão cientes dos valores e regras de conduta da sua empresa?

(a) Sim      (b) Não

24. Os seus trabalhadores estão cientes dos valores e regras de conduta da sua empresa?

(a) Sim      (b) Não

25. Proporciona formação aos seus trabalhadores sobre a importância dos valores e regras de conduta da sua empresa?

(a) Sim      (b) Não

26. A empresa desenvolveu ou desenvolve algum programa de responsabilidade social que não consta no questionário?

(a) Sim      (b) Não

26.1. Se responder **Sim**, cite-o: \_\_\_\_\_

---