

**CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIFACVEST
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
NELCI CARVALHO DE SANTANA**

RESPONSABILIDADE E ÉTICA SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES

CANAVIEIRAS

2023

NELCI CARVALHO DE SANTANA

RESPONSABILIDADE E ÉTICA SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro Universitário UNIFACVEST como parte dos requisitos para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aluno: Nelci Carvalho de Santana

Orientador: Ingrid Cristiane Inácio de Liz

Canavieiras, BA, 19/09/2023 Nota _____
(data de aprovação)

Profª Ma. Ingrid Cristiane Inácio de Liz

Prof. Dr. José Correia Golçalves

RESPONSABILIDADE E ÉTICA SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES

Nelci Carvalho de Santana¹
Ingrid Cristiane Inácio de Liz²

RESUMO

O presente artigo busca trazer a luz uma reflexão acerca dos conceitos de ética e responsabilidade social nas organizações, tendo em vista que na atualidade sua aplicação se faz presente no mundo organizacional, sendo muitas vezes denominado como um modelo administrativo inovador. Por muito tempo, os negócios ficaram fora das discussões sobre o tema, como se tivessem, de fato, um papel menor a desempenhar. Produzir lucros, empregar pessoas e pagar impostos parecia ser mais do que suficiente para ser bem aceito. Não mais. O aumento da competitividade e os níveis de exigência de funcionários, clientes e consumidores tornou o cenário mais dinâmico e desafiador; assim, a ética e a responsabilidade social transformaram-se em fatores de competitividade.

Palavras-chave: Administração. Ética. Organizações. Responsabilidade.

ABSTRACT

This article seeks to bring to light a reflection on the concepts of ethics and social responsibility in organizations, considering that its application is currently present in the organizational world, often being called an innovative administrative model. For a long time, business was left out of discussions on the topic, as if it had, in fact, a lesser role to play. Producing profits, employing people and paying taxes seemed to be more than enough to be well accepted. No more. Increased competitiveness and levels of demand from employees, customers and consumers have made the scenario more dynamic and challenging; Thus, ethics and social responsibility have become competitive factors.

Keywords: Administration. Ethic. Organizations. Responsibility.

¹ Graduanda em Administração pela Unifacvest. nelci.cs@hotmail.com.

² Graduada em Administração pela Unifacvest. Especialista em Tutoria em Educação à Distância pela Unifacvest. Mestra em Práticas Transculturais pela Unifacvest. Atua na Unifacvest/curso de Administração, Ciências Contábeis e Engenharia de Produção. prof.ingrid.liz@unifacvest.edu.br. <https://lattes.cnpq.br/2455207215266751>. <https://orcid.org/0009-0003-7984-7967>.

1 INTRODUÇÃO

A preocupação com questões sociais é constante na humanidade. O estudo da conduta vem evoluindo desde a antiguidade grega, com diversas teorias e aplicações, a ética torna-se fundamental em todas as áreas.

A responsabilidade e a ética social são conceitos fundamentais no contexto das relações humanas e no exercício da cidadania. Elas referem-se à consciência e ao dever que cada indivíduo tem de agir de maneira responsável, considerando o impacto de suas ações na sociedade e no bem-estar coletivo.

Com relação à esfera das empresas e organizações, não é diferente, tais conceitos também constituem uma temática que vem sendo muito discutida nos dias atuais, apesar de haver ainda muitos questionamentos sobre se é possível ou não manter um comportamento ético, num mercado cada vez mais competitivo, tendo em vista que os concorrentes podem não agir eticamente. (TONIM, 2006).

Baseando-se nos estudos de Kreitlon (2004), ao fazer-se uma rápida retrospectiva histórica é possível constatar que, embora tenha existido desde os primórdios do capitalismo, foi sobretudo a partir do final dos anos 60 que o questionamento ético e social das empresas ganhou força.

Moreira (2002), afirma que a responsabilidade social correlaciona-se diretamente à ética como base das ações com todos os públicos com os quais a organização pode interagir, ou seja, os seus clientes, funcionários, fornecedores, acionistas, governo, sociedade, meio ambiente, ou ainda stakeholders.

Desse modo podemos afirmar que que é imprescindível que todas as organizações/empresas precisam ter clareza, para si e para todos os seus colaboradores e/ou parceiros de modo geral, o conceito de Responsabilidade Social, buscando sempre refletir profundamente acerca dos reais efeitos de sua atividade na sociedade e no meio ambiente, e do impacto de sua atuação ou interferência nas esferas locais, regionais e nacional. (LEVEK et al, 2002).

Diante de um mundo cada vez mais globalizado nota-se a necessidade de comportamentos éticos e morais por parte das empresas perante a sociedade, desta

forma assumindo claramente o papel da Responsabilidade Social Empresarial. Torna-se cada vez mais importante e vital assumir esta atitude de empresa socialmente correta, visto que este é até mesmo um diferencial competitivo e traz benefícios para todas as partes envolvidas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Ética

A palavra ética, do grego *ethos*, tem a mesma origem etimológica da palavra moral, do latim *mores*. Ambas significam hábitos e costumes, no sentido de normas de comportamento habituais. Alguns estudiosos fazem distinção entre ética e moral. Historicamente a palavra ética foi aplicada à moral sob todas as suas formas, quer como ciência, quer como arte de dirigir a conduta. (DIDEROT apud LALANDE, 1999, p.349).

O estudo da ética vem desde a Antiguidade a partir de debates filosóficos com grandes filósofos da época. Tanto Platão (427-347 a.C.) quanto Aristóteles (384-322 a.C.), atribuem a Sócrates (470-399 a.C.) as primeiras reflexões sobre ética no Ocidente, embora o campo das ações éticas tenha sido definido por Aristóteles. Segundo esses grandes pensadores, o foco da ética estava na educação do caráter humano visando conter instintos e orientá-los para o bem, de modo a adequar o indivíduo à sua comunidade.

Dessa forma, a ética conciliava a personalidade do sujeito virtuoso com os valores do grupo social, que se esperava que fosse igualmente virtuoso. No âmbito da realidade há aspectos independentes de qualquer decisão humana, como o amanhecer e as estações do ano. Já dizia Aristóteles, que a ética abrange apenas as ações que dizem respeito ao possível, àquilo que comporta deliberações ou escolhas humanas, à vontade guiada pela razão, que são os elementos fundamentais da vida ética. A Ética é a disciplina ou campo do conhecimento que trata da avaliação do comportamento de pessoas e organizações. (MAIA, 2007).

A Ética lida com o que pode ser diferente do que é, da aprovação ou reprovação do comportamento observado em relação ao comportamento ideal. O comportamento ideal é definido por meio de um código de conduta ou código de ética. (MAXIMILIANO,

2005).

Carvalho (2011), afirma que a ética se encontra nas pessoas que compõem a empresa e que quando praticada e aplicada pelos seus trabalhadores, constitui forma de corrigir as decisões e condutas inadequadas da empresa. Deste modo, o comportamento ético e socialmente responsável dos trabalhadores é muito importante para as organizações responderem e mudarem, de forma viável, as necessidades e expectativas das partes interessadas.

As organizações têm praticado cada vez mais a ética e moral organizacional gerando Responsabilidade Social para um melhor desenvolvimento social, econômico e político na forma de melhorias para o crescimento sustentável da sociedade como um todo.

Aloise et al. (2017), complementa, afirmando que o comportamento organizacional precisa ser reconfigurado por uma nova concepção de percepção empresarial, em que as instituições, mesmo que tenham como principal marco para existência o lucro, também passem a se responsabilizar pela manutenção dos recursos naturais e do futuro da humanidade. Abandonando assim a postura prática puramente mercantil que os mercados por muitas vezes perfilam como normal; bem como, a erradicação da falta de sensibilidade ética dos empresários.

Alencastro (2009, p.14), afirma que ainda hoje existem controvérsias na construção de uma ética de responsabilidade e cuidado para com o meio ambiente, entretanto estas devem ser arduamente combatidas pois, ao partir do pressuposto que a ética auxilia na busca do que é bom e desejável para todos, logo, a ética de responsabilidade para com as gerações futuras e que nortearia o agir humano com vistas à sobrevivência planetária”.

2.2 Responsabilidade social das empresas

A Responsabilidade Social das Empresas (RSE) tem sido alvo de intenso e controverso debate, que tem levado à construção do seu conceito, de teorias e abordagens, relacionados também com a evolução do próprio conceito de empresa e com a aplicação da ética no contexto organizacional.

Responsabilidade Social, segundo a Norma Brasileira 16001 (2004, p.5):

[...] é a relação ética e transparente da organização com todas as suas partes interessadas, visando o desenvolvimento sustentável. O resultado do desenvolvimento sustentável é a Sustentabilidade nas dimensões ambiental, econômica e social.

As organizações de modo geral precisam desenvolver a consciência de que a adoção de compromissos éticos, geralmente agregados a ações sociais com a comunidade, proporciona melhores retornos aos acionistas e contribui para que os funcionários trabalhem mais contentes e para que os fornecedores transformem-se em parceiros estratégicos.

Para Corrêa e Medeiros (2003, p.4 apud Ashley) Responsabilidade Social:

Trata-se de compromisso contínuo nos negócios pelo comportamento ético que contribua para o desenvolvimento econômico, social e ambiental, pressupondo a realização de decisões empresariais que sejam resultado da reflexão sobre seus impactos sobre a Qualidade de Vida atual e futura de todos que sejam afetados pela operação da empresa.

Com Responsabilidade Social é possível atingir positivamente os mais diversos públicos, por exemplo: acionistas com lucros coerentes que respeitem o ambiente de uma forma geral, os funcionários e prestadores de serviço com maior motivação por trabalharem em uma empresa socialmente preocupada com o bem estar de todos (com políticas de melhoria das mais diversas formas), fornecedores, consumidores que ao adquirirem um produto ou serviço poderão ter a certeza de que parte do preço pago será revertido em ações para seu próprio bem, comunidade que receberá os investimentos (não necessariamente materiais) da empresa, governo que será auxiliado com as práticas sociais, e o meio-ambiente que será preservado e, todos serão integrados ao conceito de Sustentabilidade, deixando um ambiente melhor para futuras gerações.

Uma motivação pelo social pode reverter a percepção negativa sobre inovações, compatibilizando expectativas dos consumidores, prioridades sociais e objetivos organizacionais. (BENDELL, 2015).

Segundo Orchis et al. (2002), a prática da Responsabilidade Social por parte das empresas pode melhorar seu desempenho e sua Sustentabilidade a médio e longo

prazos, gerando, entre outros fatores, valor agregado à imagem da empresa; motivação interna; posição influente nas decisões de compras; vantagem competitiva; influência positiva na cadeia produtiva e melhoria do clima organizacional.

3 MATERIAL E MÉTODOS

Este artigo de revisão sistemática reúne contribuições sobre Ética e Responsabilidade Social nas organizações. De acordo com Jung (2004), pesquisas dessa natureza devem descrever, analisar e discutir conhecimentos científicos já publicados.

Esta revisão de literatura é parte de uma investigação que tem como objetivo propor uma reflexão a cerca da ética e responsabilidade social, sobretudo a aplicada ao contexto empresarial, de modo que agregue valor às organizações e fundamente suas responsabilidades sociais com seus diversos públicos, utilizando, por exemplo, códigos de ética e programas estratégicos que conscientizem o uso adequado dos recursos.

Para o levantamento de dados foi realizada uma pesquisa na base de dados do Periódicos Capes, Scielo e Google Acadêmico, e foram utilizadas como palavras chave as expressões “Ética” e “Responsabilidade Social”.

Na etapa seguinte foram realizadas análises preliminares dos títulos e resumos. Sequencialmente foi realizada a leitura e fichamento das considerações mais relevantes para a composição do texto do presente trabalho através da análise de conteúdo, classificando-os em: condizente com o tema e não condizente com o tema. Nesta produção acadêmica buscou-se relacionar o pensamento acadêmico, sua produção e análise dos resultados apresentados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O debate acerca da responsabilidade social das empresas, o qual dava-se de forma rara e pontual há algumas décadas, tornou-se hoje onipresente, seja nos ambientes corporativos ou nos organismos internacionais, e tanto entre movimentos da sociedade civil quanto nos corredores acadêmicos. Parece haver-se criado um amplo entendimento no sentido de que, enquanto ator social excepcionalmente poderoso e influente, a empresa deve não apenas autodisciplinar-se, mas colocar-se formalmente a serviço do bem comum, de modo a remediar as falhas de funcionamento do mercado e o atual encolhimento do Estado. (BANCO MUNDIAL, 2002; COMISSÃO EUROPÉIA, 2001; ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICOS - OCDE, 2000; INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL - ETHOS, 1998).

Corroborando com Kreitlon (2004), pode-se afirmar que embora as definições de Responsabilidade social e ética tenham sofrido algumas variações contextuais de acordo com a realidade social em que foram formuladas, e sobretudo em função dos interesses e da posição ocupada no espaço social pelo grupo que as formularam - os quais tendem a ressaltar determinados aspectos e princípios em detrimento de outros - existe um razoável entendimento, ou “consenso mínimo”, hoje em dia, quanto ao fato de que uma empresa socialmente responsável deve demonstrar três características básicas:

- a) reconhecer o impacto que causam suas atividades sobre a sociedade na qual está inserida;
- b) gerenciar os impactos econômicos, sociais e ambientais de suas operações, tanto a nível local como global;
- c) realizar esses propósitos através do diálogo permanente com suas partes interessadas, às vezes através de parcerias com outros grupos e organizações.

No atual cenário organizacional é notável a preocupação com a maximização dos lucros e a minimização dos custos. Entretanto torna-se cada vez mais necessário o atendimento às novas necessidades do mercado competitivo, que por sua vez tem como uma das principais exigências, a gestão socialmente responsável. E esta

crescente preocupação por parte das empresas está estreitamente ligada com as exigências do mercado e a mudança de atitude dos consumidores visto que segundo o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC, 2004, p.11): os consumidores estão cada vez mais atentos a aspectos relacionados a comportamentos das empresas, além de preço e qualidade, como o respeito aos direitos humanos, trabalhistas e dos consumidores; à ética na publicidade e nas práticas empresariais; a normas de preservação ambiental; a promoção do bem estar social.

As responsabilidades éticas e filantrópicas remetem para comportamentos que, apesar de não serem exigidos por lei, são socialmente desejáveis e eticamente justificados indo ao encontro das expectativas criadas na sociedade quanto à atuação da empresa. (Almeida, 2010; Rego, Cunha, Costa, Gonçalves & Cabral Cardoso, 2007).

Ela está relacionada ao compromisso que empresas, organizações e indivíduos têm em contribuir para o desenvolvimento sustentável, o respeito aos direitos humanos, a promoção da igualdade, a preservação do meio ambiente e outras questões de relevância social. Envolve ações concretas que vão além do cumprimento das obrigações legais, buscando trazer benefícios para a comunidade em geral.

A este respeito Levek (2004), afirma que:

Responsabilidade Social está predominantemente direcionada a uma atitude e a um comportamento empresarial ético e responsável. Nesta abordagem prevalece o que denominamos de “responsabilidade ética”. É o dever e compromisso da empresa em assumir uma atitude transparente, responsável e ética em suas relações com os seus diversos públicos-alvo (governo, clientes, fornecedores, comunidade, etc.).

A responsabilidade e a ética social são fundamentais para construir uma sociedade mais justa, sustentável e harmoniosa. Quando cada indivíduo assume sua parcela de responsabilidade e age de forma ética, contribui-se para a promoção do bem-estar coletivo e para a construção de um futuro melhor para todos. Além disso, as empresas e organizações que adotam práticas socialmente responsáveis e éticas têm a oportunidade de ganhar a confiança e o apoio da sociedade, além de promover um ambiente de trabalho mais saudável e motivador.

De acordo com a perspectiva de ibid o melhor desempenho estará associado à

empresa que, para além de cumprir com as suas responsabilidades económicas fundamentais e legais, também cumpre com os seus deveres éticos. (Almeida, 2010; Rego, Cunha, Costa, Gonçalves & Cabral Cardoso, 2007).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É coerente afirmar desse modo que a postura ética e a responsabilidade social nas organizações vêm ao longo do tempo tornando-se questões em foco, permeando a longas datas os debates sociais e são de suma importância para com a sociedade atual.

A adoção de uma conduta ética e pautada na adoção de uma responsabilidade social deve ser constante não só em empresas de grande porte ou que já possuam a consolidação no mercado. Qualquer empresa independente do porte deve estabelecer regras que busquem respeitar os interesses públicos estratégicos (em todas as esferas, consumidor, acionistas, governo, imprensa, dentre outros).

É importante entender e ponderar sobre essas tendências, para que uma organização se mantenha competitiva e alinhada ao pensamento dos consumidores em geral, ampliando as oportunidades e garantindo, assim, sua manutenção e seu crescimento.

Entretanto nota-se que apenas uma pequena parcela das empresas leva essa premissa à frente, e buscam verdadeiramente agregar valor ao consumo, ao invés de focar apenas nas questões de lucratividade, adequando-se também ao cumprimento das exigências legais e tributárias cabíveis para o seu funcionamento.

Portanto, a compreensão teórica da responsabilidade e ética social é um ponto de partida crucial para a implementação prática desses conceitos. Através de discussões contínuas, reflexão crítica e ação coletiva, podemos avançar em direção a uma sociedade mais responsável, ética e sustentável.

O processo de adoção de uma conduta ética pode parecer inatingível, entretanto essa é uma crença limitante, que pode ser derrubada através de planejamento estratégico, transparência e perseverança. Tal perspectiva de inalcançabilidade é reforçada pelo fato que tal padrão não sustenta-se por metades.

Conclui-se que as organizações que desejarem praticar a Responsabilidade Social, terão de exercitar suas ações, decisões e comportamentos por meio de conceitos e princípios éticos e morais perante a empresa e a sociedade. É o dever da empresa assumir uma atitude transparente, responsável e ética em suas relações com os diversos públicos-alvo (stakeholders).

Salienta-se dessa forma que mesmo frente às informações aqui descritas, as questões acerca da ética, da responsabilidade social nas organizações não se limitam ou exaurem-se diante do ao exposto neste artigo. Logo, é correto afirmar que outras publicações relacionadas à estas questões são necessárias para a ampliação e compreensão ainda mais ampla da temática.

REFERÊNCIAS

ALENCASTRO, M. S. **Hans Jonas e a proposta de uma ética para a civilização tecnológica.** Desenvolvimento e Meio Ambiente, Curitiba, n. 19, p. 13-27, 2009.

ALMEIDA, F. (2010). **Ética, valores humanos e responsabilidade social das empresas.** Lisboa: Princípiã. Alvesson, M. & Willmott, H. (1992). Critical theory and management studies: An introduction. Critical Management Studies (pp. 1-20). London: Sage.

ALOISE, Pedro Gilberto; ROCHA, J. M.; OLEA, Pelayo Munhoz. **Relações entre ética organizacional, inovações ambientais e sustentabilidade.** Revista de Administração Faces Journal, v. 16, p. 77-95, 2017.

BANCO MUNDIAL. **Public sector roles in strengthening corporate social responsibility:** a baseline study. Washington, 2002. Disponível em: <<http://www.worldbank.org/privatesector/csr/>> Acessado em: 10 jul 2023.

BENDELL, B. R. **I don't want to be green:** prosocial motivation effects on firm environmental innovation rejection decisions. Journal of Business Ethics, March 2015. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10551-015-2588-2>>. Acesso em: 06 set 2023.

CARVALHO, João Antônio. (2011). **Ética e liderança:** A crise no sector imobiliário.

Lisboa: Imoedições.

CORRÊA, F. T. B. S.; MEDEIROS, J. R. **Responsabilidade Social corporativa para quem?** In: Responsabilidade Social nas Empresas: a contribuição das universidades. V. 2. São Paulo: Peirópolis: Instituto Ethos, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Consumo sustentável:** Manual de educação. Brasília: Consumers International/MMA/MEC/IDEC, 2005. Guia de Responsabilidade Social para o consumidor. São Paulo, IDEC, 2004.

JUNG, Carlos F. **Metodologia para pesquisa & desenvolvimento:** aplicada a novas tecnologias, produtos e processos. Rio de Janeiro: Axcel Books do Brasil, 2004.

KREITLON, M. P. **A Ética nas Relações entre Empresas e Sociedade:** Fundamentos Teóricos da Responsabilidade Social Empresarial. XXVIII ENANPAD, Curitiba, 2004.

MAXIMIANO, A. C. A. A teoria geral da administração: Da revolução Urbana à Revolução Digital. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LALANDE, A. (1999). **Vocabulário técnico e crítico da filosofia.** São Paulo: Martins Fontes.

LEVEK et al. **A responsabilidade social e sua interface com o marketing social.** Rev. FAE, Curitiba, v.5, n.2, p.15-25, maio/ago. 2002

MAXIMIANO, A. C. A. A
teoria geral da
administração: Da revolução
Urbana à
Revolução Digital. 3. ed. São
Paulo: Atlas, 2002.

MAXIMIANO, A. C. A. A
teoria geral da
administração: Da revolução
Urbana à
Revolução Digital. 3. ed. São
Paulo: Atlas, 2002.

MAXIMIANO, A. C. A. A
teoria geral da

administração: Da revolução Urbana à Revolução Digital. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MAIA, Paulo Leandro. **Introdução à ética e responsabilidade social:** administração e ciências contábeis. São Paulo: Liv. E Ed.Universitária de Direito, 2007

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. **Teoria Geral da Administração:** Da Revolução Urbana à Revolução Digital, São Paulo, Editora Atlas, 5ª edição, 2005.

MOREIRA, Marcos Antonio Lima de. **Mini curso S A 8000.** Disponível em <http://www.qualitas.eng.br/qualitas_minicurso_sa8000.html> Acesso em: 29 ago. 2023.

NORMA BRASILEIRA ABNT NBR 16001. **Responsabilidade Social** - Sistema da gestão – Requisitos. ABNT NBR 16001:2004. Rio de Janeiro – RJ.

ORCHIS, M. A. et al. **Responsabilidade Social das empresas:** a contribuição das universidades. São Paulo: Petrópolis, 2002.

TONIN, Marta Marília. **Ética empresarial, cidadania e sustentabilidade.** 2006. Disponível em:<www.conpedi.org.br/manaus/.../teoria_da_justica_marta_tonin.pdf>. Acesso em: 08 set. 2023.