

**A ÉTICA NO ÂMBITO DA ORDEM ECONÔMICA E DA RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA.**

**ETHICS IN THE CONTEXT OF ECONOMIC ORDER AND THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE COMPANY.**

**Thais Caroline Anyzewski Marcondes<sup>1</sup>**

“A responsabilidade de todos é o único caminho para a sobrevivência humana.”

(Dalai Lama)

**RESUMO:** O presente trabalho tem por finalidade analisar a ética no âmbito da ordem econômica da Constituição Federal de 1988. Assim verificará quais são os preceitos e diretrizes a serem observados pelos agentes que desenvolvem atividade econômica no Brasil. Ainda analisará a nova forma de gestão das empresas no que se refere à responsabilidade social, verificando o que constitui tal instituto e qual o impacto que gera na sociedade. Avaliará por fim, a postura adotada pelas corporações dentro do novo contexto social, em que a conduta pautada apenas na legislação não é mais suficiente, sendo necessária uma postura mais ativa e participativa no campo da responsabilidade social, tanto no âmbito individual como no coletivo.

**ABSTRACT:** This study aims to analyze the ethics within the economic order of the Federal Constitution of 1988. So check what are the rules and guidelines to be observed by agents who develop economic activity in Brazil. Also, examine the new form of management of the

---

<sup>1</sup> Mestranda em Direito Empresarial e Cidadania pelo UNICURITIBA. Graduada em Direito pelo UNICURITIBA e em Administração de Empresas com habilitação em Comércio Exterior pela Fundação de Estudos Sociais do Paraná. Advogada.

Email: [thais\\_adv@terra.com.br](mailto:thais_adv@terra.com.br).

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4101555819509313>.

companies in relation to social responsibility, checking what this institute is and what impact it creates in society. Assess finally the posture adopted by corporations within the new social context in which the conduct guided only by the law is no longer sufficient, requiring the posture a more active and participatory in the field of social responsibility, both at the individual and the collective.

**PALAVRA CHAVE:** Ordem Econômica; Constituição Federal de 1988; Atividade Econômica; Consumidor; Ética.

**KEYWORDS:** Economic Order; Federal Constitution of 1988; Economic Activity; Consumer; Ethics.

## **INTRODUÇÃO**

As empresas cada vez mais têm adotado atitudes pró-ativas no que se refere a sua responsabilidade social, tomando uma posição mais integrante na sociedade, não apenas no aspecto econômico como também no campo social.

Parte dessa nova posição empresarial tem efeito nas suas relações com os consumidores, trabalhadores e com a população de forma geral, através de uma política voltada não apenas ao lucro, mas também, a realizar e satisfazer interesses que vão além do próprio acúmulo de capital.

Nesta perspectiva, deve-se levar em consideração que as pessoas estão mais aptas a adquirir produtos de empresas que tenham um real comprometimento com causas ligadas a manutenção de uma sociedade equilibrada, em que o desenvolvimento sustentável e o caráter econômico e social caminhem juntos, representando um bem para toda a coletividade.

Dentro deste contexto, aparecem novas condutas éticas ligadas às empresas, referentes especialmente ao que se espera delas no âmbito constitucional. Assim ganha destaque a função e a responsabilidade social da empresa.

Neste ínterim, o constituinte elencou dispositivos de modo a estabelecer uma ordem econômica voltada à livre iniciativa e a valorização do trabalho humano, elegendo-os como

seus fundamentos, com o intuito de garantir vida digna a todos. Logo, para atingir tal finalidade, importante estabelecer um código de ética constitucional, que sirva como parâmetro para a adoção de políticas e condutas a serem desenvolvidas dentro do campo econômico pelos agentes que desta fazem parte e dela se beneficiam.

Assim, o artigo 170 da Constituição Federal e seus incisos que constituem princípios, regem e direcionam a atividade econômica no Brasil, como um primado ético a ser seguido, sendo que a ofensa ou inobservância a tais dispositivos constitucionais geram a consequente ofensa a todo o aparato integrante da ordem econômica.

De tal modo, surge dentro do texto constitucional a função social da propriedade, estabelecendo que a propriedade privada deve ter utilidade social, não podendo se resumir apenas ao acúmulo de capital. Fazendo surgir a partir desta concepção o entendimento de que a empresa também deve ter uma função social que vá além do simples lucro e busque também suprir necessidades sociais da coletividade que a cerca.

Por conseguinte é necessário analisar qual é o novo papel da empresa dentro desta nova ordem econômica constitucional, que apresenta objetivos diversos, como a defesa do meio ambiente e do consumidor. Logo, é necessário que a empresa adote uma gestão voltada não apenas para o lucro e para a sua própria preservação, mas também direcionada a sustentabilidade do meio que a cerca, e que em diversos fatores daquela dependem, mas que também em muitos outros a suprem.

Portanto, é preciso a análise do contexto da ordem econômica a partir da sua visão e expressão constitucional, voltando-se a uma perspectiva ética, em que são esperadas e exigidas determinadas condutas daqueles que desempenham a atividade econômica.

Entretanto, a análise deve ir além, e pesquisar o novo comportamento adotado pela conduta empresarial que ultrapassa o esperado legalmente, passando a exercer mais que a sua função social, adotando uma verdadeira postura pró-ativa diante da coletividade, abraçando e assumindo um papel central dentro de uma perspectiva de responsabilidade social.

Assim, pretende-se analisar neste artigo, o novo perfil traçado à ordem econômica a partir da Constituição Federal de 1988, verificando qual é a postura ética a ser observada pelos agentes econômicos e qual a efetiva mudança gerada na conduta empresarial.

Para tanto, utilizar-se-á a pesquisa bibliográfica através da análise da Constituição Federal de 1988, especificamente ao que se refere à Ordem Econômica, analisando ainda a literatura sobre o tema. Ainda, verificar-se-á a nova postura empresarial, dentro de uma nova realidade, de fluxo imediato e constante de informações, e do comportamento adotado pelo mercado consumidor.

## 1 A ÉTICA NA ORDEM ECONÔMICA DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988

A Ordem Econômica no texto constitucional de 1988 está expressa no Título VII que traz no capítulo 1º, os princípios gerais que devem ser observados.

Especificamente o art. 170<sup>2</sup> da Constituição Federal, estabelece que a Ordem Econômica é fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, ou seja, cabe aos agentes atuar no âmbito econômico observando e respeitando aqueles.

Como regra, portanto, é campo dos particulares o exercício da atividade econômica, cabendo apenas em caráter excepcional a atuação direta do poder público, como previsto no art. 173<sup>3</sup> do texto constitucional, que estabelece isso só ser possível, quando for resultante de imperativo a segurança nacional ou de relevante interesse coletivo, conforme estabelecido em lei, ou ainda nos casos previstos na Constituição (caso dos monopólios).

Contudo, a Constituição Federal elencou nos incisos do artigo 170, um rol que estabelece princípios, que devem ser necessariamente respeitados como um verdadeiro código de ética. (CAVALCANTI, 2012).

Desta forma, os incisos do artigo 170 apontam os seguintes princípios a serem observados: função social da propriedade, defesa do consumidor, defesa do meio ambiente, redução das desigualdades sociais, e a busca pelo pleno emprego.

Verifica-se, portanto, a preocupação do constituinte em fornecer um padrão a ser seguido pelos agentes que realizam atividade econômica, o que neste caso é representado majoritariamente pelas empresas.

Logo, este comportamento deve ser observado pela atividade empresarial, que deve ainda ir além, assumindo uma verdadeira responsabilidade social perante a sociedade, pois “a ética empresarial está estritamente ligada à postura de responsabilidade social adotada pelas

---

<sup>2</sup> Como expressa o artigo 170 da CF/88: “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.”

<sup>3</sup> Como estabelecido no art. 173 da CF/88: “Art. 173. Ressalvados os casos previstos nesta Constituição, a exploração direta de atividade econômica pelo Estado só será permitida quando necessária aos imperativos da segurança nacional ou a relevante interesse coletivo, conforme definidos em lei.”

empresas, seja de uma perspectiva moral seja de uma postura competitiva, seja de ambas”. (PONCHIROLLI, 2001, p. 47.).

Além disso, não se deve esquecer o fim pretendido pela Ordem Econômica, qual seja: assegurar a todos a existência digna, dentro dos ditames da justiça social.

O texto Constitucional demonstra claramente a preocupação em promover uma efetiva justiça social que inclua a todos, de forma a garantir melhores condições de vida. Como expressa a lição de José Afonso da Silva:

Assim, a liberdade de iniciativa econômica privada, num contexto de uma Constituição preocupada com a realização da justiça social (o fim condiciona os meios), não pode significar mais do que “liberdade de desenvolvimento da empresa no quadro estabelecido pelo poder público, e, portanto, possibilidade de gozar das facilidades e necessidade de submeter-se às limitações postas pelo mesmo”. É legítima, enquanto exercida no interesse da justiça social. Será ilegítima, quando exercida com objetivo de puro lucro e realização pessoal do empresário (SILVA, 2007, p. 794).

Dentro desta perspectiva, percebe-se que a liberdade de iniciativa deve conjugar o próprio fim da ordem econômica, ou seja, assegurar a todos uma vida digna, pois:

Quando o assunto é justiça social, o que vem à mente, em primeira instância, é a responsabilidade do Estado pelo cumprimento de determinadas tarefas. Todavia, justiça social é assunto de responsabilidade geral, incluindo-se aí, a responsabilidade dos entes privados, dentre eles os empresários. (FECCHIO, 2007, p.68).

A Constituição Federal de 1988 promove o trabalho humano à condição de destaque, ao assumí-lo como meio para dar efetividade à dignidade da pessoa humana, trazendo-o em diversos enunciados. Assim, o art. 1º, IV, dispõe que a República Federativa do Brasil, tem como fundamento, entre outros que elenca os valores sociais do trabalho; o art. 170, expressa que a ordem econômica se funda na valorização do trabalho humano e por fim; o art. 193 coloca-o como base da ordem social.

Desta forma, o texto constitucional traz principalmente no art. 7º, uma série de direitos trabalhistas, pois o desenvolvimento econômico deve ser perseguido e as atividades econômicas devem ser desempenhadas respeitando o conteúdo expresso em tais direitos, configurando, portanto, um limite com vistas a impedir a desmedida exploração laboral.

Logo, não há ética presente em uma corporação que atue de forma contrária, ou que de qualquer forma ofenda os fundamentos constitucionais da ordem econômica, ou seja, não há ética em empresas que explorem a mão-de-obra laboral de forma análoga à escrava, sem respeito e observância aos direitos trabalhistas tidos socialmente como padrões éticos, analisados dentro do espaço e tempo em que está inserida tal conduta, pois “A ética é definida como o conjunto de práticas morais de uma determinada sociedade, ou, como os princípios que dão rumo as estas práticas”. (PONCHIROLLI, 2011, p.19.)

De tal modo, não é permitido o trabalho escravo, pois há expressa determinação legal em contrário, nem mesmo a submissão de trabalhadores a condição análoga à de escravo, constituindo inclusive crime a prática de tal conduta, como previsto no artigo 149 do Código Penal.

Ressalte-se que há também um dever ético inserido na mentalidade da sociedade atual de não subjugar o outro a condição tão degradante que o coloca em uma posição atinente a uma coisa, a um objeto, e não a sua verdadeira condição de pessoa humana, com sua dignidade intrínseca, que deve ser observada e respeitada, como ponto central de todo ordenamento constitucional.

Por isso, as empresas que insistem em adotar condutas que violam esta barreira ética, como no caso apontado do trabalho análogo ao de escravo, vão responder judicialmente pela prática desta conduta, mas vão também ser julgados por todo corpo social, tendo como consequência à reprovação desta atitude, gerando um impacto negativo no valor agregado da marca ou instituição que representa. Destaque-se neste sentido o caso da loja Zara, que foi acusada de envolvimento com a prática de trabalho análogo ao de escravo, já que um dos seus fornecedores mantinha imigrantes sul-americanos trabalhando em condições precárias, com jornadas elevadas e com ínfimos salários, chegando à empresa a ser suspensa do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo. (EXAME, 2012). Evidentemente a imagem da empresa foi abalada frente aos consumidores, perdendo inclusive clientes, que se recusam a continuar comprando na referida loja.

De tal modo, que depois deste acontecimento é difícil não fazer a associação com a rede de lojas Zara quando o assunto é trabalho análogo ao de escravo. Portanto, é importante para as empresas manterem uma conduta conforme o código de ética local, no caso específico da análise, o expresso na Constituição Federal.

Ressalte-se ainda, que a Constituição de 1988 no que se refere à Ordem Econômica foi além da ideia tradicional, de uma economia voltada somente para a maior produtividade, objetivando apenas o lucro, pois que pretende proporcionar a todos uma existência digna

através da justiça social. Constituindo-se, portanto, em um exemplo do “conjunto de normas que revelam um caráter de compromisso das Constituições modernas entre o Estado Liberal e o Estado Social intervencionista.” (SILVA, 2007, p. 788.).

Logo, fica claro que a propriedade privada deve ser respeitada como expresso no inciso I do art. 170 da CF, mas que ao mesmo tempo esta propriedade privada tem que possuir uma função social.

Desta forma, a função social da empresa revela um novo caráter a esta instituição que tem um impacto significativo na sociedade.

A empresa além de ter como objetivo o lucro, propriamente dito, afinal esta tem que ter condições de subsistência dos próprios negócios e manutenção daqueles que desta dependem, tem a finalidade social de contribuir para a geração e manutenção de empregos, para a proteção e defesa do meio ambiente, para a defesa do consumidor, para a preservação da livre concorrência e para a contribuição da redução das desigualdades sociais e regionais. Podendo se verificar que:

A visão realista do mundo contemporâneo considera que não há mais como distinguir o econômico do social, pois ambos interesses se encontram e se compatibilizam na empresa, núcleo central da produção e da criação de riqueza, que deve beneficiar tanto o empresário como os empregados e a própria sociedade de consumo. (ARNALDI; RIBEIRO, 2002, *apud* PEREZ, p.5)

Dentro deste contexto, a empresa também assume papel fundamental no desenvolvimento sustentável. A partir da conscientização da finitude dos recursos naturais e na manutenção da própria sobrevivência da espécie humana e de todo o ecossistema. Logo, torna-se imperativo para toda a sociedade, e principalmente para as corporações assumirem um comprometimento com a defesa do meio ambiente, sendo isso, o que o código de ética da Ordem Econômica expressa.

Assim, além de ser fundamental para o desenvolvimento da própria atividade econômica, (afinal sem recursos naturais e sem mão-de-obra não há como realizá-la), assume caráter importante no âmbito social se uma empresa é poluidora, ou se ao contrário, preocupa-se com a proteção e defesa do meio ambiente na execução da atividade empreendida.

Por conseguinte, é importante também que as empresas reconheçam o papel que possuem na preservação ou na destruição ambiental. É evidente que toda atividade econômica vai causar algum impacto no meio ambiente, o que se espera é que este seja o menor possível,

atenuado de todas as formas cabíveis, reparando de forma imediata a eventual degradação. Há ainda, a regulação para a instalação de empreendimentos econômicos, que abrangem entre outros: o Estudo de Impacto Ambiental e o Licenciamento Ambiental, como formas de preservação e proteção do meio ambiente que será impactado pela atividade a ser desenvolvida.

Nesta perspectiva, uma empresa que não se preocupe com a preservação ambiental, que se mostre poluidora e despreocupada com a defesa do meio ambiente, terá a sua imagem prejudicada diante de toda a sociedade e principalmente frente ao mercado consumidor, podendo inclusive perder espaço considerável no campo em que atua.

Outro aspecto relevante, tratado como princípio da Ordem Econômica, se refere à defesa dos consumidores. As empresas precisam assumir um comportamento ético frente aos consumidores, preocupando-se com a qualidade e segurança dos produtos que colocam a disposição nos mercados. Neste contexto, há o reforço de tal conduta através do Código de Defesa do Consumidor, que representa um instrumento de proteção às relações de consumo.

É claro que abusos ainda acontecem e devem ser reprimidos (caso das empresas telefônicas, bancos, TVs por assinatura,...), mas há também a tendência de uma nova postura das empresas diante da sociedade contemporânea, que se mostra mais exigente em relação a condutas éticas no campo do mercado de consumo. Os consumidores esperam que as corporações apresentem respostas efetivas e adequadas para suas reclamações, quanto à qualidade do produto, serviço ou atendimento, escolhendo novos produtos ou serviços quando isto não acontece.

Toda esta dinâmica tem refletido no comportamento das empresas. Como exemplo, pode-se citar o caso que ocorreu em 1982, quando o medicamento Tylenol em cápsulas, contaminado com cianureto, levou ao envenenamento de pessoas em Chicago (PONCHIROLI, 2011). Apesar de tudo indicar que as cápsulas foram contaminadas após saírem da fábrica e que era pouco provável que houvesse contaminação de outros lotes ou em outras apresentações do produto, a Johnson&Johnson recolheu os produtos do mercado, abrindo direta comunicação com os consumidores para a troca do produto sem ônus para todos aqueles que afirmassem ter destruído o remédio, assim, em pouco tempo a empresa conseguiu recuperar a “fatia” que havia perdido do mercado (PONCHIROLI, 2011).

No Brasil, pode-se citar o caso recente do suco de maçã da marca Ades, que foi retirado do mercado por ter sido encontrada uma substância de limpeza no produto. A imagem da marca está comprometida com tal acontecimento, e só através das medidas que forem adotadas é que se terá ou não a recuperação da confiança perdida.

Afinal, o mercado atua baseado em confiança e, por isso, é importante que as empresas assumam uma postura ética frente a toda sociedade, o que é fundamental, mas nem sempre acontece.

Ressalte-se ainda, uma pesquisa realizada em 2005 pela revista Exame, tendo como foco definir qual a principal função da empresa. Esta pesquisa aponta uma visão diferenciada da população em relação à visão dos empresários. Para 93% das pessoas entrevistadas a função basilar da empresa era a geração de empregos e para 82% dos empresários a principal missão da empresa era dar lucro aos acionistas (EXAME, 2005). Todavia, deve-se entender como principal função da empresa um conjunto de valores e condutas éticas que abarcam o previsto na Constituição Federal.

Uma visão empresarial voltada apenas para o lucro ou apenas para a geração de empregos, não se sustenta, é preciso ir além buscando a integração de vários pontos de enfoque, de forma a permitir a consecução de vários objetivos, que estão em conformidade com a livre iniciativa, mas também com a justiça social, tomando como núcleo a dignidade da pessoa humana, a vida digna.

Assim, não se pode falar em existência digna se não se construir, (e aí o comportamento ético das empresas é fundamental), uma sociedade voltada para a solidariedade, em que um se torne responsável pelo respeito e observância a dignidade do outro. Não há vida digna se não há desenvolvimento sustentável e proteção efetiva ao meio-ambiente, se não há valorização do trabalho, se não há a busca pela diminuição das desigualdades e proteção dos consumidores.

Dentro deste contexto, pode-se dizer que a atuação das empresas na sociedade interfere de modo significativo em todo corpo social, e, portanto, se espera que esta atue de forma ética e com um comprometimento maior que alcança o âmbito da responsabilidade social, pois como afirma Fábio Konder Comparato: “se quiser indicar uma instituição social que, pela sua influência, dinamismo e poder de transformação, sirva como elemento explicativo e definidor da civilização contemporânea, a escolha é indubitável: essa escolha é a empresa”. (COMPARATO *apud* CAVALCANTI, 2012, p.5). Importante é dimensionar o relevante papel que a empresa tem na atualidade e os impactos que, portanto, esta é capaz de trazer a sociedade.

## 2 A ÉTICA E A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

As empresas cientes das transformações ocorridas na sociedade, principalmente nos valores e princípios que são respeitados, praticados e observados, tem buscado adaptar-se e estabelecer políticas e padrões de comportamento voltados a atender não apenas o interesse lucrativo da corporação, mas também aqueles relacionados aos consumidores, parceiros, e enfim, os interesses de todo o corpo social.

Logicamente, tais atitudes não tem se desenvolvido somente por mera boa vontade das empresas, estas de certa forma atuam sabendo que tais condutas refletem diretamente na imagem da marca ou instituição que representam, e ainda no mercado consumidor.

No entanto, construindo-se um padrão ético de conduta, conforme tudo que já se expôs, e criando-se um círculo de relações baseadas na confiança e na transparência, as vantagens são auferidas por todos.

Importante também que dentro do ambiente corporativo se estabeleça um código de ética, que deixe claro para todos que nela atuam, a sua missão e os seus objetivos, levando a estes a dimensão e o propósito da empresa em adotar políticas socialmente responsáveis, fortalecendo uma relação de respeito e solidariedade com todos.

Dentro desta perspectiva, verifica-se que:

[...] A Concepção da empresa mudou significativamente nos últimos tempos, desde compreendê-la como terreno de homens sem escrúpulos, movidos exclusivamente pelo objetivo do lucro, a considerá-la como uma instituição socioeconômica que tem uma séria responsabilidade moral com a sociedade, ou seja, com os consumidores, acionistas, empregados e investidores. A empresa é uma organização, ou seja, é um tipo de entidade que se distende no passado, presente e futuro que não se reduz à soma dos seus membros, vez que a entidade tem de cumprir algumas funções e assumir responsabilidades sociais claras, ou seja, tomar decisões morais [...]. Isso não quer dizer que a responsabilidade dos indivíduos se dilua em todo conjunto da empresa, se não que a ética não é somente individual, mas também corporativa e comunitária. (CORTINA, 2005, p. 81.)<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> La concepción de la empresa cambia sustancialmente en los últimos tiempos, desde entenderla como el terreno de hombres sin escrúpulos, movidos exclusivamente por el afán de lucro, a considerarla como una institución socioeconómica que tiene una seria responsabilidad moral con la sociedad, es decir, con los consumidores, accionistas, empleados y proveedores. La empresa es una organización, es decir, tiene un tipo de entidad que se distiende en pasado, presente y futuro y que no se reduce a la suma de sus miembros; a su vez esa entidad há de cumplir unas funciones y asumir claras responsabilidades sociales, es decir, há de tomar decisiones morales [...]. No quiere decir esto que la responsabilidad de los individuos se diluya en la del conjunto de la empresa, sino que la ética nos és solo individual, sino también corporativa y comunitária. (CORTINA, 2005, p. 81).

Percebe-se pelo exposto, o novo papel da empresa dentro da sociedade, voltada não mais para uma conduta baseada apenas no lucro, mas para uma perspectiva de responsabilidade social, no intuito de adotar posições e comportamentos voltados ao bem da coletividade, adotando uma conduta ética que ultrapassa a concepção individual e alcança o âmbito corporativo.

Justamente neste campo de análise que se compreende a concepção da ordem econômica no texto constitucional, que extrapola a ideia de crescimento econômico puro e simples, abarcando a noção de desenvolvimento, que abrange o incremento em diversos campos sociais, referentes à educação, trabalho, mortalidade, lazer, qualidade de vida.<sup>5</sup>

Contudo, importante delimitar que a responsabilidade social empresarial é demonstrada quando se vai além do que a lei determina, dentro do âmbito da atividade que desenvolve. É uma conduta, portanto, que compreende o impacto positivo gerado pelas ações benéficas voltadas para a sociedade.

Destaque-se que tal responsabilidade diferencia-se da filantropia, pois o seu alcance é amplo não se limitando apenas a uma comunidade restrita, mas compreendendo as diversas relações da empresa (clientes, fornecedores, meio ambiente...), construindo-se uma verdadeira rede de relações baseadas em atitudes socialmente responsáveis. (PONCHIROLI, 2011). Assim sendo, percebe-se que é interessante para a empresa manter uma conduta voltada a suprir determinadas carências ou interesses sociais, pois tal atitude resultará também em benefícios para esta, através da construção de uma imagem que a represente como: confiável, transparente e socialmente responsável.

A imagem favorável da empresa representa um ativo financeiro significativo, levando-se em consideração os benefícios que pode gerar, como por exemplo: um maior número de consumidores e melhores parcerias empresariais. A imagem é construída positivamente ou negativamente a partir da identificação de comportamentos adequados ou inadequados pela sociedade de forma geral.

De tal modo, tem-se que a imagem positiva é construída com a adoção de comportamentos que visem a amenizar ou resolver determinados problemas sociais. A empresa socialmente responsável terá em contrapartida uma pré-disposição a aceitação social aos seus produtos e a sua instalação. Em sentido contrário, a empresa que adote comportamentos que não representem a conduta ética social local, pode ter como

---

<sup>5</sup> Como bem demonstrado por Amartya Sen em sua obra “Desenvolvimento como Liberdade”, não basta o mero crescimento econômico para que exista desenvolvimento, é preciso existir a satisfação necessária nas mais diversas áreas relacionadas ao bem-estar do homem.

consequência a não aceitação dos seus produtos.

Portanto, a empresa deve adotar uma conduta pró-ativa socialmente, privilegiando necessidades que se mostrem relevantes para a sociedade como um todo.

Deste modo, parece não haver dúvida, por exemplo, que a proteção ambiental dentro da conjuntura atual é importante fator para toda coletividade. Uma corporação que atue de forma a preservar o meio ambiente natural, não se limitando aquilo que é determinado pela legislação, mas indo além, executando políticas de prevenção ou reparação superiores as exigidas, será bem vista aos olhos de todos.

Ressalte-se assim que a política de responsabilidade social acontece tanto no âmbito interno da empresa como no âmbito externo, ultrapassando os deveres legais. Como consequência tem funcionários e consumidores satisfeitos, gerando: uma maior produtividade, a ampliação do seu mercado e o crescimento da sua lucratividade.

Assim, como forma de agregar valor à imagem corporativa é que as empresas divulgam as suas ações voltadas para promoção do bem-estar social. Não é raro, portanto, que nos sites das corporações se identifique as suas políticas de responsabilidade social.

Todavia, é importante que as empresas analisem a responsabilidade social não apenas como forma de agregar valor ao seu ativo intangível, mas também como uma maneira de colaborar decisivamente com o desenvolvimento social de uma nação que tem como fundamento a dignidade da pessoa humana e como objetivo, construir uma sociedade livre, justa, e solidária, como bem expresso no texto constitucional.<sup>6</sup> Logo, tem-se que “a verdadeira responsabilidade social empresarial equilibra o resultado econômico, o respeito à cidadania, à ética e ao meio ambiente”. (PONCHIROLI, 2011).

Em consequência, percebe-se que as empresas que demonstram em suas ações comportamentos que evidenciam seu compromisso ético, ganham reflexos positivos dentro das várias relações que mantém no exercício da sua atividade.

De tal modo, que a empresa que contrata para o trabalho um número maior do que a legislação dispõe de pessoas portadoras de deficiência, compreende o importante reflexo social que tal atitude traz para toda a sociedade, promovendo a inclusão daqueles que muitas vezes estariam isolados de relações sociais diversas.

A política de inclusão, por meio da noção da responsabilidade social, pode ser desenvolvida pelas empresas, com a inserção de pessoas excluídas dentro do âmbito da atividade empresarial desempenhada, evidenciando uma conduta ética perante o corpo social

---

<sup>6</sup> Como expresso no Art. 3, I, da CF/88: “Constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil: I - construir uma sociedade livre, justa e solidária; [...]”

a qual a empresa pertence. Pode-se mencionar, ainda dentro deste contexto, como exemplo, instituições privadas de ensino que fornecem bolsas a alunos carentes.

Logo, percebe-se que exemplos podem ser citados nas mais diversas atividades econômicas desempenhadas, basta à vontade e consciência ética voltada em promover a inclusão. Assim, há efetivamente o desenvolvimento nos seus mais diversos aspectos, fundamentalmente por meio de valores que são assimilados e incorporados no âmbito corporativo, como resultado de uma convicção de que tais atitudes devem ser necessariamente realizadas como um dever-poder assimilado e introjetado nas formas de gestão.

Por conseguinte, as empresas obtêm as vantagens econômicas e de publicidade que tais condutas ligadas à responsabilidade social acarretam. Entretanto sua ação não deve ser baseada primordialmente nisto, mas sim em um código de ética intrínseco a responsabilidade social no campo da atividade empresarial.

Evidentemente, ainda se tem um caminho longo a ser percorrido de forma a se obter tal desiderato, mas é certo que, seja de forma desvinculada ou vinculada aos resultados econômicos auferidos, a responsabilidade social faz parte da nova concepção dos modelos de gestão empresarial.

Além disso, não se pode imaginar, em um contexto globalizado, em que a informação é praticamente instantânea, que atitudes baseadas na responsabilidade social não surtam efeitos positivos para a empresa no seu mercado consumidor, e tampouco que atitudes que violem todo o sistema legal ou da própria concepção ética local não repercutam na imagem e aceitação de um produto ou serviço desenvolvido por um agente econômico.

Portanto, as empresas que adotam condutas pautadas em valores considerados importantes e desejáveis para a sociedade, possuem maior possibilidade de manter-se no mercado, e aquelas que os deixam a margem, correm grande possibilidade de ter sua imagem prejudicada e associada a condutas indesejáveis e reprovadas pelo corpo social. Nesta perspectiva:

[...] A ética empresarial tem sido cada vez mais valorizada. Os investidores estão cada vez mais se recusando a participar de companhias que desrespeitam os direitos humanos e o meio ambiente. Inclusive multiplicam-se investimentos em empresas que conseguiram ganhar a fama de serem politicamente corretas. Desse modo, adotar a responsabilidade social pode ser uma boa estratégia para aumentar as vendas e os investimentos. A adoção da responsabilidade social não visa abandonar o objetivo lucrativo da empresa, mas agrega valores sociais a ela. A empresa deve agir eticamente nos seus negócios (LOYOLA, 2008, p. 215).

Verifica-se ainda, que as atividades e produtos desenvolvidos pelos agentes econômicos influenciam e repercutem diretamente na sociedade. O impacto positivo ou negativo gerado pelas condutas empresariais são sentidos e assimilados amplamente pelo corpo social, ultrapassando a barreira física da empresa.

Assim, importante a adoção pelas empresas de uma gestão baseada também na responsabilidade social, tendo consciência da sua importância perante a sociedade, pensando-se ainda naquelas que tem expressão mundial, por desenvolverem a sua atividade em várias partes do mundo. Neste contexto tem-se que a empresa é socialmente responsável quando adota uma:

[...] forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. (Instituto Ethos).

Como definido pelo Instituto Ethos a responsabilidade social empresarial abrange uma conduta ética com todos aqueles que a empresa se relaciona, direcionando a sua gestão de modo a promover o desenvolvimento sustentável.

Ainda, deve-se dimensionar que a sociedade do consumo é também a sociedade da informação e, portanto, embora o consumo seja elevado à informação é veloz. Os consumidores estão mais informados sobre o processo produtivo. Logo, ocorrendo qualquer problema no âmbito da produção, a informação é disseminada rapidamente atingindo enormes proporções e gerando consequências indesejáveis e negativas a empresa, como por exemplo, quando a empresa se utiliza de mão-de-obra análoga à de escravo, sonega tributos, ou utiliza-se de matéria-prima inadequada.

Em contrapartida, quando a empresa adota uma gestão dentro dos parâmetros legais e o ultrapassa, adotando uma conduta direcionada a responsabilidade social ativa, preocupando-se em promover o bem estar de todos os que com ela se relacionam, sejam funcionários, fornecedores, consumidores ou a comunidade de forma geral, aquela estará desenvolvendo uma visão positiva e receptiva por parte dos demais.

Importante que a empresa adote uma postura transparente, voltada e intencionada a participação ativa dos seus funcionários, com a denominada gestão participativa, mas aberta também ao diálogo com seus fornecedores e consumidores, de modo a estabelecer uma

relação de confiança, respeito e adequação a ambas as expectativas.

A posição de transparência auxilia também quando é preciso enfrentar problemas que envolvam seus produtos e serviços, como nos exemplo citados anteriormente do suco da marca Ades e do caso do medicamento Tylenol. A postura transparente e objetiva na relação com os consumidores ajudará a contornar eventuais prejuízos financeiros ligados a imagem da empresa.

Outro aspecto relevante no que se refere à ideia de responsabilidade social, diz respeito à proteção ambiental, que também está inserida na ordem constitucional. Nesta medida, tem-se que:

[...] a responsabilidade social da empresa está fortemente ligada à ideia de sustentabilidade, por isso também tem como viés mais forte o ambiental. Esse impõe que a empresa desenvolva e adote processos de produção que otimizem o uso de recursos escassos, bem como procure produzir produtos biodegradáveis ou recicláveis. [...] (LOYOLA, 2008, p.211).

Deste modo, verifica-se que a responsabilidade social da empresa com os recursos naturais, reflete a preocupação de toda a sociedade com a manutenção e a preservação dos meios que possibilitam a própria sobrevivência humana. Nesta perspectiva, o contexto da sustentabilidade é vasto, abrangendo não apenas a sustentabilidade empresarial, mas de forma ampla, a que possibilita a sustentação da própria vida.

Tais valores ligados a preservação ambiental se encontram dentro de uma concepção generalizada na consciência contemporânea do homem, de que a mesma constitui fator determinante para a sua própria sobrevivência.

Assim, as empresas que apresentam condutas socialmente responsáveis, no que se refere ao ambiente natural e seus recursos, adquirem um ativo positivo intangível ligado a própria marca que a representa.

Logo, dentro do contexto da livre concorrência, verifica-se que cada vez mais, os ativos ligados a postura empresarial diante da responsabilidade social desenvolvida, serão determinantes na escolha dos produtos e serviços adquiridos, como serão também, forte fator na preservação da empresa.

A concorrência ligada à noção de oferta de melhores preços e qualidade dos produtos abrange também agora, a noção de responsabilidade social.

A percepção que a sociedade tem da empresa tornou-se extremamente relevante,

devendo esta adotar uma postura que não se limite ao lucro e a observância da legislação.

Assim, é preciso que a empresa tenha uma gestão voltada a estabelecer políticas e projetos direcionados aos problemas ligados à preservação ambiental, a inclusão das minorias marginalizadas e ao bem-estar da coletividade.

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A Constituição Federal Brasileira estabeleceu no Título VII, que trata da Ordem Econômica, especificamente no artigo 170 e incisos, um código de ética a ser observado por todos aqueles que desenvolvem atividade econômica.

Desta forma, as empresas, principais atores do sistema econômico, devem respeitar os fundamentos estabelecidos no texto constitucional, ou seja, a livre iniciativa e a valorização do trabalho humano, com a finalidade de assegurar a todos a existência digna.

Assim, as corporações devem atuar em conformidade com a defesa do meio ambiente e dos consumidores, observando a livre concorrência e exercendo uma efetiva função social.

Além disso, é necessário que as empresas, atores sociais que geram impactos consideráveis na sociedade de forma inclusive atemporal; porque suas ações podem causar até mesmo efeitos futuros imprevisíveis; assumam efetivamente uma responsabilidade social que vai além dos deveres legais.

A responsabilidade social empresarial traz conseqüentemente vantagens econômicas às corporações, mas este não deve ser o núcleo fundamental para que estas exerçam uma política voltada a benefícios sociais a toda coletividade. O objetivo principal deve ser focado em promover o desenvolvimento social, que depende da adoção e emprego pela sociedade de uma postura solidária de inclusão, e neste aspecto as empresas desempenham papel fundamental.

Por fim, conclui-se que as empresas possuem um código de ética expresso na Constituição Federal de 1988, que deve ser seguido, mas que a sua responsabilidade social vai além, ao dimensionar um novo papel social que deve ser incorporado por esta instituição que causa tantos impactos na sociedade. Torna-se, portanto, fundamental uma conduta ética, não apenas no plano individual, mas também no âmbito da corporação, sendo que as vantagens

sociais auferidas vão refletir em toda sociedade, mas vão também e de forma automática, voltar-se positivamente as empresas que adotarem a responsabilidade social como parte integrante da sua forma de gestão.

#### 4 REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição Federal de 1988.** Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 15 jul. 2013.

CAVALCANTI, Thais Novaes. **Ética empresarial: fundamentos constitucionais de uma nova ordem econômica socialmente responsável.** Disponível em: <[www.academus.pro.br/.../Texto\\_Ética%20empresarial\\_...](http://www.academus.pro.br/.../Texto_Ética%20empresarial_...)>. Acesso em 15 mar. 2013.

CORTINA, Adela. **Ética de la empresa: claves para una nueva cultura.** 7ª. ed. Madri: Editorial Trotta, 2005.

FECCHIO, Rosana Maria. **A atividade empresarial em consonância com os princípios e direitos fundamentais sociais e da dignidade da pessoa humana.** Curitiba, 2007. Dissertação, Mestrado em Direito Empresarial e Cidadania – UNICURITIBA, Curitiba, 2007.

Instituto Ethos. **O que é RSE?** Disponível em: <[http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o\\_que\\_e\\_rse/o\\_que\\_e\\_rse.aspx](http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx)>. Acesso em: 5 jul. 2013.

LOYOLA, Luiza Maria Thomazini. **A função social e a gestão empresarial no modelo econômico liberal.** Curitiba, 2008. Dissertação, Mestrado em Direito Empresarial e Cidadania - UNICURITIBA, Curitiba, 2008.

PEREZ, Viviane. **Função social da empresa.** Disponível em: <[www.lrbarroso.com.br/shared/download/funcao-social-empresa.pdf](http://www.lrbarroso.com.br/shared/download/funcao-social-empresa.pdf)>. Acesso em 20 mar. 2013.

PONCHIROLI, Osmar. **Ética e Responsabilidade Social Empresarial.** 1ª ed. (2007), 4ª

reimpr./Curitiba: Juruá, 2011.

JOE. Alexander. **Revista Exame**. Zara quer combater trabalho escravo sem ser vinculada a ele. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/gestao/noticias/por-que-a-zara-contesta-a-lista-suja-do-trabalho-escravo>>. Acesso em: 20 mar. 2013.

GUROVITZ, Helio; BLECHE, Nelson. **Revista Exame**. O estigma do lucro. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/0839/noticias/o-estigma-do-lucro-m0040657>>. Acesso em: 20 mar.2013.

SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 29. ed. rev. e atual São Paulo: Malheiros, 2007.

SILVA FILHO, Cândido Ferreira da; BENEDICTO, Gideon Carvalho de; CALIL, José Francisco (organizadores). **Ética, Responsabilidade Social e governança corporativa**. Campinas: Editora Alínea, 2008.

SEN, Amartya. **Sobre ética e Economia**. Tradução Laura Teixeira Motta; revisão técnica Ricardo Doninelli Mendes. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

\_\_\_\_\_, **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.