

A FUNÇÃO DA GESTÃO DE PESSOAS NO PROCESSO ENDÓGENO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Gabrielle Maia
Graduanda em Administração com Ênfase em
Recursos Humanos pela Faculdade de Sergipe

Walter Oliveira Andrade
Graduando em Administração com Ênfase em
Recursos Humanos pela Faculdade de Sergipe

Marcel Faria Lima
Professor Especialista em Gestão
Empresarial pela Universidade Federal de Sergipe - UFS (Orientador)

RESUMO

O conceito de qualidade de vida nunca esteve tão em evidência dentro e fora das organizações como nos dias atuais. Realizar ações que desenvolvam o ambiente social em que está inserida pode proporcionar às organizações, a construção de um clima organizacional desejado e propício à realização profissional das pessoas e esses são desafios constantes do profissional da gestão de pessoas, que busca a concretização dos objetivos da organização por intermédio de estratégias voltadas para o desenvolvimento do capital humano. Este artigo objetiva mostrar que uma das vertentes da responsabilidade social empresarial é a sua aplicação internamente na organização, por meio da valorização dos seus colaboradores, proporcionando oportunidades de conhecimento que elevem a sua qualidade de vida e os motivem para uma cultura de cooperação e mudança social.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão de pessoas. Responsabilidade social. Cultura organizacional.

ABSTRACT

The quality conception of life never has been so clear inside and outside of organizations. Actions made in the social environment can be realized with quality and may be provide to organizations the construction of the organizational atmosphere that is desirable and promising to a professional realization by people. These are constant defiance from professional management's person that search real objectives by means of strategies to development human capital. This goods has a purpose show that one social manager responsibility is the internally application into organic structure by means of valorization contributor; actions that make the life better; actions that motivate the cooperation culture and also a social change.

KEY WORDS: Management's person. Social responsibility. Organizational culture.

1. INTRODUÇÃO

O fenômeno da globalização exige das organizações respostas rápidas às mudanças, e para manter-se competitiva as mesmas precisam se preocupar não só com aspectos econômicos, como também sociais, inclusive de valorização, qualificação e desenvolvimento. Segundo Ashley et al. (2005, p. 8), preocupar-se com a responsabilidade social é sinônimo de diferencial para tornar as organizações mais produtivas, e garantia de respeito ao público, e conseqüentemente da sua própria viabilidade.

Nessa perspectiva, as empresas não podem mais limitar-se somente aos processos internos, precisam assumir um compromisso com a sociedade em que está inserida. Chiavenato (2007, p.397) afirma que as empresas precisam atender as exigências da competitividade do mercado, buscando baixo custo, alto padrão de qualidade, entrega de valor ao cliente, retorno do investimento, mas precisam também considerar práticas exemplares de gestão socialmente responsável.

A responsabilidade social empresarial ou corporativa tem como finalidade promover ações que busquem a melhoria de vida daqueles que estão envolvidos diretamente com a organização, bem como de toda a sociedade, tornando a empresa mais competitiva.

Dentre os vários conceitos de responsabilidade social corporativa, destaca-se aquele proposto pela ISO 26000 (2008 apud Oliveira, 2008, p.73) e que a define como:

[...] [ações] de uma organização para assumir as responsabilidades pelo impacto de suas atividades sobre a sociedade e o meio ambiente, em que essas ações: são consistentes com os interesses da sociedade e com o desenvolvimento sustentável; estão baseadas no comportamento ético, cumprimento das leis aplicáveis e instrumentos intergovernamentais; estão integradas em todas as atividades da organização.

Com o passar dos anos, nota-se que os indivíduos, o Estado, a Igreja e as empresas assumem seus papéis, sua função social, mesmo não sendo de forma tão relevante. Em vários momentos, principalmente o Estado e a Igreja tomam para si a

responsabilidade para com a sociedade e os indivíduos, muito mais como significado de poder do que efetivamente preocupação social. A própria sociedade passou a cobrar uma nova postura ética das empresas, as quais passaram a prestar contas de suas ações, justificando seu objetivo social, procurando resgatar sua imagem junto aos consumidores e acionistas.

Dias (2006, p.153) diz: “que estas ações nem sempre estão contidas na legislação, mas atendem às expectativas da sociedade com relação à empresa, deixando nítido que as iniciativas em questão vão além da obrigação”. Observa-se então, que é de extrema importância que as organizações atendam aos anseios da sociedade, para que dessa forma possa garantir sua aceitação no mercado.

Este estudo segue procedimentos metodológicos inerentes à pesquisa bibliográfica, de caráter exploratório, por intermédio de referenciais teóricos extraídos de livros e artigos científicos já existentes, contidos em bibliotecas e bancos de dados digitais de órgãos conceituados como o Instituto Ethos, o INMETRO e outros.

Almeja-se com esse estudo analisar a importância da gestão de pessoas para a criação de um clima organizacional saudável para o público interno, por intermédio das ações socialmente responsáveis realizadas pelas organizações, contribuindo para a reflexão do assunto pela comunidade acadêmica e toda a sociedade.

2. A ORIGEM DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

O conceito de responsabilidade social corporativa vem amadurecendo ao longo das décadas e passa por constantes transformações. Para que se possa entender a importância da mesma, para as organizações, faz-se necessário uma análise do seu contexto histórico.

Buscando identificar as circunstâncias para o surgimento da responsabilidade social empresarial, Ashley et al. (2002, p. 3) afirma:

[...] [a] Responsabilidade Social surgiu como forma de se obter diferencial competitivo, tendo em vista o aumento da complexidade dos negócios sob consequência do processo da globalização, que fizeram com que as empresas competissem acirradamente, e assim buscassem desafios visando um desenvolvimento sustentável tanto no lado social como também no ambiental.

Historicamente, os primeiros estudos sobre o tema aconteceram na Inglaterra, com os questionamentos sobre a atuação das empresas na área social. Em 1977, a França tornou-se pioneira na criação de uma lei que obriga empresas com mais de 300 funcionários a divulgar em balanços suas ações sociais.

No Brasil, o modelo de balanço social proposto na década de 1980, pela Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial Social não teve sucesso, mas o tema começou a sensibilizar algumas empresas no início dos anos 1990 e ganhou forte impulso ao longo da década, pela ação de organizações não-governamentais

(ONGs) e institutos de pesquisa, e pela adesão da iniciativa privada nas novas políticas sociais do governo.

Em 1997, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) defendeu a criação de um modelo único de relatório social, surgindo assim o Instituto Ethos, em 1998, que se tornou referência internacional neste assunto, sendo que a partir deste momento tornou-se objeto de estudo nas universidades, havendo uma grande repercussão nos meios empresariais, em que são usados para consultas e como parâmetros. Este instituto tem como finalidade o fornecimento de instrumento de acompanhamento e monitoramento das práticas de responsabilidade social dentro das organizações, disponibilizando para as mesmas os resultados.

Analisando as últimas décadas, é notório como houve um grande avanço sobre o estudo do tema em questão, bem como a sua aplicabilidade nas organizações, passando de empresas voltadas somente para o lucro (visão econômica) para empresas voltadas para a sociedade na qual ela está inserida (visão social), tendo como foco todos aqueles que fazem parte do seu projeto de existência.

Ashley et al. (2005, p.73) abre um questionamento sobre o que está sendo estudado, levando-nos a pensar como é compreendida a responsabilidade social nos vários segmentos empresariais, acadêmicos, governamentais e da sociedade civil organizada, possibilitando, assim, a extração de perspectivas e respostas de como serão postas em prática às ações.

2.1 Responsabilidade Social Versus Filantropia

As ações de responsabilidade social têm uma variação de acordo com o local e o ramo de atividade das empresas. Nos países cujos problemas sociais sejam graves, possivelmente ocorrem com mais frequência ações sociais como parte das ações de responsabilidade social. A sociedade na qual os *stakeholders* (empregados, consumidores, fornecedores, associações comerciais, governo, mídias, ONGs, sociedade como um todo) tenham grande poder político e organizacional, possivelmente haverá maior oportunidade de diálogo com as empresas fazendo que as mesmas possam intervir por meio de ações positivas para a sociedade.

Estas ações não devem ser confundidas como uma ação periódica ou continuada de ajudar a pessoas ou uma instituição para obter mérito social, pois sabe-se que esta é chamada de Filantropia. (DIAS, 2006. p. 154).

A conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (*United Nations Conference for Trade and Development – UNCTAD*) tem o entendimento de que:

[...] [a] responsabilidade social da empresa vai além da filantropia. Na maioria das definições se descreve como medidas constitutivas pelas quais as empresas integram preocupações da sociedade em suas políticas e operações comerciais; em particular; preocupações ambientais, econômicas e sociais.

Desse modo, a responsabilidade social corporativa deixa de ser vista somente como desenvolvimento de ações filantrópicas, tendo a empresa que investe no social outro significado dentro do mercado: como agente autônomo no seu interior, em que segue não somente por uma lógica de resultados econômicos, mas também pelo sentido que esta adquire na sociedade como um todo.

3. INFLUÊNCIAS DA CULTURA ORGANIZACIONAL NA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Analisando algumas visões e teorias anteriormente aceitas pela administração, percebe-se que o enfoque inicial dos objetivos organizacionais das mesmas, não contemplava os objetivos e a abordagem da responsabilidade social empresarial. Não há como negar que a Escola da Administração Científica, desenvolvida nos Estados Unidos, no despontar do século XX, com Frederick Taylor, preocupado em aumentar a eficiência da indústria por meio da racionalização do trabalho, e Henry Ford, apresentando a Teoria Clássica, preocupada em aumentar a eficiência da empresa por meio de sua organização; apresentou ideias revolucionárias, mas que defendiam a racionalização do trabalho no nível operacional, numa lógica total baseada na estrutura interna, deixando de lado a organização informal, visualizando a organização como se esta fosse um sistema fechado. (CHIAVENATO, 2003, p. 48) Os precursores da Administração Científica se baseiam no conceito *homo economicus*, em que o homem é motivado pelo salário. A Teoria das Relações Humanas diz que o salário é secundário; para ela o que motiva é o reconhecimento, seja este de aprovação social ou participação nas atividades dos grupos sociais (CHIAVENATO, 2003 p. 106).

Em 1927, o Conselho Nacional de Pesquisas nos Estados Unidos iniciou na fábrica de Hawthorne da Western Electric Company, situada na cidade de Chicago, uma experiência para avaliar a correlação entre a iluminação e a eficiência dos operários, medida por meio da produção.

As conclusões dessa pesquisa, agregadas à Teoria das Relações Humanas, mostraram ao cenário da Administração que a organização não se compunha apenas de estrutura, funções e processos, e despertaram, assim, as relações humanas dentro das organizações, provando que a integração social, o comportamento e as necessidades afetam a organização, gerando o grande conflito entre os objetivos das organizações e os objetivos individuais dos participantes. Essa era ainda uma abordagem interna, mas que apressava um pouco mais a chegada ao conceito de responsabilidade social empresarial.

Robbins (2005, p. 387) enfatiza que se uma cultura organizacional é forte e adota padrões éticos elevados terá uma influência forte e positiva sobre o comportamento dos funcionários.

A responsabilidade social abrange incentivar os colaboradores a desenvolver padrões éticos mais aceitáveis universalmente, contribuindo para o desenvolvimento organizacional e social.

As empresas socialmente responsáveis desenvolvem programas de gestão participativa, estimulando o envolvimento dos seus colaboradores na solução de

problemas da empresa, incentivando, assim, a exposição de ideias e compartilhamento do conhecimento.

4. RESPONSABILIDADE SOCIAL E QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

O conceito divulgado pelo Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (World Business Council of Sustainable Development – WBCSD), durante a Cúpula Mundial de Desenvolvimento Sustentável no Rio de Janeiro, em 2002, define bem a abrangência da responsabilidade social para os colaboradores de uma organização, como sendo “o compromisso da empresa de contribuir ao desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando com os empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade em geral para melhorar a qualidade de vida”.

A responsabilidade social interna focaliza o público-interno da empresa, seus colaboradores e seus dependentes, ou seja, os beneficiários internos da empresa sem os quais a organização não pode sobreviver. Com relação ao público externo, a responsabilidade social diz respeito às ações pela qual a empresa será reconhecida perante os seus fornecedores, governo e sociedade, por exemplo. (MELO NETO E FRÓES, 1999, p. 87).

Algumas organizações se perdem em sua estratégia social invertendo esse processo causando, portanto, descontentamento entre seus colaboradores, ocasionando conflitos e desmotivação, ou seja, influenciando negativamente no clima da organização.

A qualidade de vida no trabalho produz um ambiente mais humanizado, e segundo Davis e Newstrom (2001, p. 148), a ideia é que os trabalhadores são recursos humanos que têm que ser desenvolvidos e não, simplesmente, usados.

Desta forma, a responsabilidade social interna deve estar pautada em ações que visem à qualidade de vida dos colaboradores de forma praticável, seja, por exemplo, através de uma política de remuneração justa ou da criação de um ambiente de trabalho propício a sugestões e idéias.

Melo Neto e Fróes (1999, p.98) afirmam que uma empresa exerce plenamente sua responsabilidade social empresarial quando possui uma gestão eficaz de responsabilidade social, tanto com relação ao seu público interno, quanto ao externo, e ainda participa ativamente da comunidade.

Segundo o Instituto Ethos (2009, [n.p.]), a empresa socialmente responsável não se limita a respeitar os direitos dos trabalhadores previstos por lei, mas também se preocupa com vários outros aspectos relevantes ao seu público interno.

As empresas socialmente responsáveis buscam o estabelecimento de relações sindicais que favoreçam a organização dos seus empregados, objetivando alinhar os seus interesses aos da empresa, possibilitando que os mesmos compartilhem seus desafios, favorecendo o seu desenvolvimento pessoal e profissional, por meio de uma gestão participativa. Ainda assumem um compromisso com o futuro das crianças, não explorando o trabalho infantil, aderindo a programas de menores

aprendizes, assim como, também valoriza a diversidade, oferecendo oportunidades iguais aos diferentes colaboradores.

Nessa perspectiva, as empresas socialmente responsáveis devem também possuir uma política de remuneração, benefícios e carreira que valorizem as competências potenciais de seus funcionários e invista em seu desenvolvimento profissional, monitorando os seus níveis salariais, promovendo reajustes, quando necessário, objetivando evitar a disparidade causada pelas desigualdades sociais. Além disso, é indispensável cuidar da saúde, segurança e das condições de trabalho, por intermédio de certificações internacionais que possibilitem isso, alinhando sempre os interesses dos empregados aos da empresa.

As ações de responsabilidade social para com o público interno abrangem ainda o comportamento da empresa frente às demissões, em que essa nunca é o primeiro recurso para redução de custos, investimentos em capacitação e desenvolvimento dos seus empregados, oferecendo emprego e fortalecendo a empregabilidade para a comunidade com que se relaciona e o seu compromisso com o desenvolvimento profissional.

A preparação para a aposentadoria, também é uma das ações que devem ser desenvolvidas pelas empresas, comprometendo-se com o futuro dos seus funcionários, através da criação de mecanismos de complementação previdenciária que visam reduzir o impacto no nível da renda e estímulo a participação dos aposentados em seus projetos sociais.

A aplicabilidade dessas ações requer um planejamento minucioso da gestão de pessoas, alinhada aos objetivos da organização, através do seu envolvimento no planejamento estratégico, tornando-se centro de resultado promotor do sucesso da empresa.

Lourenço e Schroder (2006, p. 12) ressaltam a importância da responsabilidade social interna, afirmando que ela possibilita a criação de um ambiente de trabalho saudável, resultando em maior produtividade, comprometimento e motivação, o que torna a empresa capaz de recrutar e manter talentos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se então que a responsabilidade social empresarial significa para as organizações um diferencial competitivo, formulando sua imagem frente aos diversos públicos: acionistas, colaboradores, fornecedores, clientes, concorrentes, comunidade governo e sociedade.

Estando uma empresa socialmente responsável preocupada com todos esses aspectos, a fase primordial em busca desse reconhecimento consiste na valorização do seu público interno, correspondente ao capital intelectual da organização, indispensável para o sucesso da mesma.

Sendo assim, a responsabilidade social é um processo endógeno que se inicia nas entranhas da organização, com a identificação de sua cultura organizacional, preocupada com os aspectos sociais dos colaboradores, não só como mero discurso.

Segundo Ashley et al. (2005, p. 7), valores éticos e morais sempre influenciaram as atitudes das empresas, mas estão se tornando, cada vez mais, homogêneos e rigorosos, tornando-se necessário adaptar-se a essa nova tendência de valores universalmente aceitos como apropriados.

A responsabilidade social interna propõe às organizações uma gestão de pessoas pautada em valores e princípios éticos que orientam a sua conduta e fundamentam a sua missão social, tornando possível a humanização das organizações, em detrimento da visão puramente econômica pautada no lucro e na produtividade, sem a consciência do seu significado na vida dos colaboradores.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia et al. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática**. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

_____. **Introdução à teoria geral da administração**. 7 ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2006.

DAVIS, Keith; NEWSTROM, John W. **Comportamento humano no trabalho: uma abordagem organizacional**. São Paulo: Pioneira, 2001.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FRÓES, César. **Responsabilidade social & cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

OLIVEIRA, José A. P. **Empresas na sociedade: sustentabilidade e responsabilidade Social**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

LOURENÇO. Alex Guimarães; SCHRODER, Débora de Souza. **Vale investir em responsabilidade social empresarial? stakeholders, ganhos e perdas**. São Paulo, 2006. Disponível em : < <http://www.ethos.org.br/>>. Acesso em 07. 09. 2009.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. O que é responsabilidade social empresarial. Disponível em <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx> . Acesso em 15. 08. 2009.

_____. Indicadores Ethos de responsabilidade social. São Paulo: Ethos, [2009]. Disponível em <http://www.ethos.org.br/doc/conceitos_praticas/indicadores/temas/publico_interno.as> s > Acesso em: 16. 08. 2009.

_____. Indicadores Ethos de responsabilidade social. . São Paulo: Ethos, [2009]. Disponível em <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/31/o_instituto_ethos/o_instituto.ethos.aspx>. Acesso em: 20. 08. 2009.

INMETRO. ISO 26000. Disponível em <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp>. Acesso em 21. 08. 2009.