# RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

O movimento de Responsabilidade Social nas empresas surgiu nos EUA e Europa, e depois foi sendo expandido. No Brasil, sua importância se deu a partir de 1980, revelando as particularidades existentes em vários regiões do país, onde as carências e desigualdades sociais elevavam ainda mais o grau de importância para o surgimento do tema. (SOBRAL, 2007)

Pode-se compreender a Responsabilidade Social como uma maneira de prestação de contas da empresa para com a sociedade, podendo estar ligada aos fatores:

- Consumo pela empresa dos recursos naturais de propriedade da humanidade;

- Consumo pela empresa dos capitais financeiros e tecnológicos pelo uso da capacidade de trabalho que pertence a pessoas físicas, integrante daquela sociedade;

- Apoio que recebe da organização do Estado, fruto da mobilização da sociedade Melo Neto & Froes (1999, *apud* SOUSA 2006).

As organizações se originam e finalizam nas pessoas, e devido à grande amplitude do tema em questão, existem dificuldades em apontar uma definição exata.Segundo Melo Neto e Froes (2001, *apud* SOARES 2008):

a) a responsabilidade social como atitude e comportamento empresarialético e responsável;

b) a responsabilidade social como um conjunto de valores;

c) a responsabilidade social como postura estratégica empresarial;

d) a responsabilidade social como estratégia de relacionamento;

e) a responsabilidade social como estratégia de marketing institucional;

f) a responsabilidade social como estratégia de valorização das ações daempresa (agregação de valor);

g) a responsabilidade social como estratégia de recursos humanos;

h) a responsabilidade social como estratégia de valorização dos produtose serviços;

i) a responsabilidade social como estratégia social de inserção nacomunidade;

Já o Instituto Ethos (2007, *apud* SOARES 2008), entidade referência no País na promoção de práticas sócio responsáveis,

“Entende responsabilidade social empresarial como a maneira de gestão baseada em relações éticas e transparentes com todos os públicos com os quais a empresa se relaciona e pela elaboração de metas empresarias coerentes com desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.”

Porém alguns autores afirmam que essa definição não está completa e apontam algumas vertentes que se destacam no tema como apoio ao desenvolvimento da comunidade, transparência na comunicação, sinergia dos parceiros e satisfação do consumidor Melo Neto e Froes (2005, *apud* SOARES 2008).

Nota-se que a Responsabilidade Social Empresarial possui duas dimensões, interna, no que se refere ao público interno da organização, empregados e dependentes e o público externo, que se refere à comunidade. Melo Neto e Froes, (2005 *apud* SOARES 2008).

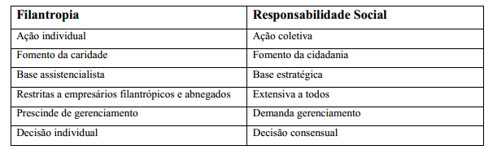
**Tabela 1: Os Tipos de Responsabilidade Social**



Fonte: Adaptado de Schvarstein, (2004, apud SOUSA 2006)

É importante destacar que existe um conflito entre os conceitos de RSE e filantropia, onde esta última se refere à parte inicial, à implantação da Responsabilidade Social na empresa.

**Tabela 2: Filantropia x Responsabilidade Social**

****

Fonte: Melo e Neto Froes (2005,*apud* SOUSA 2006)

Aos poucos as empresas foram percebendo a importância de exercer a responsabilidade social, não somente como estratégias de negócios, mas como uma poderosa ferramenta para beneficiar à sociedade. Nesse contexto, elas sentem a pressão de adotar novas posturas dentro de uma visão sustentável utilizando parceiras com o Terceiro Setor.

De acordo com Frei Betto (2001,*apud*TENÓRIOet al 2006):

“Uma empresa convencida de sua responsabilidade social não se restringe a cumprir rigorosamente as leis trabalhistas. Ela avança na direção de constituir-se numa comunidade. Transformar a empresa numa comunidade não consiste apenas em recusar mão de obra infantil e oferecer aos funcionários condições dignas de trabalho e benefícios. É sobretudo, inserir no quadro de alcance da empresa o tendão de Aquiles de todo ser humano: a família.”

Vários fatores interferem na motivação da empresa para atuar de maneira socialmente responsável, devido pressões externas ou princípios. Com relação às pressões externas, refere-se às legislações, à atuação de órgãos competentes visando conformidade e crescimento dos padrões trabalhistas, além da globalização. Quando motivada por princípios, os valores estão inseridos na cultura empresarial, diminuindo o risco de descontinuidade dos investimentos. Dessa forma, suavizam os riscos referentes à greves, contingências ambientais e fiscais e vínculos ligados à escândalos. (TENÓRIO,*et al* 2006).

Os indicadores Ethos de Empresas e Responsabilidade Social estão agrupados em sete grandes temas(ETHOS SEBRAE, 2007):

* valores e transparência;
* público interno;
* meio ambiente;
* fornecedores;
* consumidores;
* comunidade;
* governo e sociedade.

Segundo Rico (2004):

“Na compreensão dos institutos, fundações, associações empresariais que vêm buscando assumir uma gestão socialmente responsável nos negócios, a responsabilidade social empresarial é uma forma de conduzir as ações organizacionais pautada em valores éticos que visem integrar todos os protagonistas de suas relações: clientes, fornecedores, consumidores, comunidade local, governo (público externo) e direção, gerência e funcionários (público interno), ou seja, todos aqueles que são diretamente ou não afetados por suas atividades, contribuindo para a construção de uma sociedade que promova a igualdade de oportunidades e a inclusão social no país. As empresas, adotando um comportamento socialmente responsável, são poderosos agentes de mudança ao assumirem parcerias com o Estado e a sociedade civil, na construção de um mundo economicamente mais próspero e socialmente mais justo.”

## 2.1 Jovens

Assuntos relacionados à juventude estão cada vez mais em pauta, sendo crescente o número de movimentos que os tem levado à atitudes positivas em relação ao mercado de trabalho. Segundo estudos, garantir escolaridade e inserção produtiva é um grande desafio nos dias atuais. Os problemas que cercam essa população despertaram os olhos de todos os setores organizacionais.

O jovem é a pessoa entre 15 e 24 anos nessa convenção, pois seria nesse período de vida que se alcança a maturação biológica, psicológica e social que permite uma completa condição de compartilhar das relações sociais do mundo adulto. (ONU 2004 *apud* Carvalho 2004).

Segundo o Dicionário Aurélio, o jovem é aquele que tem pouca idade e ainda não é adulto. E a partir dessa definição levanta-se a questão se a juventude já está pronta ou não para ser inserida no mundo produtivo. A partir de dados do IBGE (2004) a população brasileira está concentrada em 203.351.152 habitantes e deste número, 34.223.353 são jovens de ambos os sexos, o que corresponde a aproximadamente 17% da população.

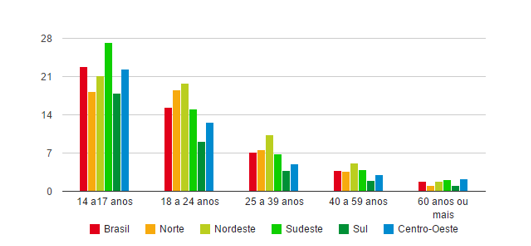
**Tabela 3: População total do Brasil - grupos etários (2010-2014)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **GRUPO ETÁRIO** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Total** | **195.497.797** | **197.397.018** | **199.242.462** | **201.032.714** | **202.768.562** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15-19 | 17.172.257 | 17.153.030 | 17.143.273 | 17.141.387 | 17.144.248 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 20-24 | 17.319.107 | 17.205.781 | 17.136.273 | 17.101.326 | 17.079.105 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Coordenação de População e Indicadores Sociais.  Gerência de Estudos e Análises da Dinâmica Demográfica, 2014 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Nesse contexto, da mesma maneira que houve um crescimento da população cresceu também o número de desemprego, que atinge grande parte dessa faixa etária, entre os 15 e 24 anos de idade. Em suma, isso ocorre devido a incapacidade da economia de oferecer oportunidades no mundo produtivo como a sociedade necessita.

A taxa de desocupação dos jovens de 18 a 24 anos de idade, 15,4%, apresentou-se muito superior às demais idades. Segundo pesquisa apontada pelo IBGE, essas informações ocorreram no Brasil, com relação às cinco regiões do país, para diversos grupos etários.

**Gráfico 1: Taxa de desocupação, na semana de referência, das pessoas de 14 anos ou mais de idade, por grupos de idade, segundo as Grandes Regiões – 2º trimestre de 2013**



Fonte: IBGE 2014

Englobam-se diversos fatores, dentre eles é notável a falta de oportunidade que os jovens tem, diante de um mercado de trabalho tão exigente e captador de profissionais qualificados. Com isso, a partir dos dados supracitados, as organizações estabelecem sobre esse, grupo etário, um peso considerável para romper a barreira de inserção no mundo produtivo e adquirir experiência profissional.

## 2.2Mercado de trabalho e o mundo produtivo

As discursões acerca do mercado de trabalho no Brasil envolvem várias discursões e é necessário levar em consideração que só recentemente, o país foi arraigado no processo de globalização do mundo produtivo.Em meados da década de 90, esse debate andava paralelo ao lento crescimento da economia, verificando a necessidade de proporcionar mais liberdade às empresas. (CARVALHO, 2004).

Com esse moroso crescimento no Brasil, houve brecha para o desemprego e ilegalidade dos contratos de trabalho. A partir daí, o Estado e as organizações privadas exerceram um papel fundamental para auxiliar o crescimento do país, na tentativa de criar oportunidades viáveis para benefício da nação, consequente das melhorias proporcionadas à população, como geração de renda e aumento no consumo de bens e serviços. (CARVALHO, 2004).

Segundo Gorz (2003, *apud* CARVALHO 2004), o ser humano promove a transformação da natureza para garantir a sua sobrevivência, bem como cria conhecimento e cultura transformando a sua própria natureza pelo trabalho; mas, ao longo da história humana, essa condição não foi compartilhada livre e igualmente.

A prática do trabalho origina ao indivíduo um papel de inserção social e a possibilidade de desenvolvimento contínuo. A relação entre o trabalhador e as organizações teve seu marco a partir da Revolução Industrial, século XVIII, e desde então o tema mercado de trabalho está em debate. (OLIVEIRA e PICCININI, 2011).

Com base em Oliveira e Piccinini (2011), o mercado de trabalho sofre variações constantes, sendo necessário analisar o contexto para exprimir uma definição mais equivalente possível. O desenvolvimento deste tem uma grande relevância para a sociedade como um todo, dentre as mais diversas variáveis, como emprego, distribuição de renda, produtividade e qualificação.

O trabalho pode ser considerado um produto, os trabalhadores podem ser como vendedores e empregadores como são consumidores. Nesse sentido, a produção capitalista aloca os trabalhadores de uma sociedade em diferentes espaços produtivos e assegura renda àqueles que participam desta relação Horn(2006,*apud*OLIVEIRA e PICCININI, 2011).

De acordo com Oliveira e Piccinini (2011), Já na perspectiva Neoclássica, o trabalho é resultante do confronto oferta e demanda e a formação é considerada como investido em capital humano, onde o trabalhador em potencial tem a liberdade de escolha a partir da sua preferência.

Segundo Granovetter (1995,*apud*OLIVEIRA e PICCININI, 2011):

“...os profissionais utilizam três formas de encontrar oportunidades de trabalho: *meios formais* (propagandas, agências de emprego públicas e privadas, concursos e seleções patrocinadas por universidades ou por associações profissionais), *contatos pessoais* e *contato direto* com a organização. Os mecanismos formais — que representam a busca de trabalho dentro da perspectiva clássica, quando a informação estaria disponível para todos aqueles que podem concorrer a uma determinada vaga — permitem esclarecer apenas 20% das colocações. A maioria dos postos disponíveis (56%) é encontrada de modo informal, por meio de amigos, colegas ou familiares, pelos quais os indivíduos são informados do surgimento de novos postos. Desta forma, a vantagem financeira não configuraria como o motivo de maior concorrência em determinados postos, visto que muitos candidatos nem saberiam de sua existência, uma vez que a divulgação destas oportunidades muitas vezes é restrita a redes de relacionamento onde os laços de confiança são mais representativos.”

No âmbito socioeconômico, a partir da supracitada estruturação produtiva, tanto por parte do governo, quanto de empresários para assegurar aos indivíduos, em especial os jovens, geram-se competências de acordo com às exigências do mundo do trabalho. (OLIVEIRA e PICCININI, 2001).