

RESPONSABILIDADE DA EMPRESA NO APERFEIÇOAMENTO DOS EMPREGADOS

NO LIABILITY COMPANY IMPROVEMENT OF EMPLOYEES

CARLOS AURÉLIO MOTA DE SOUZA

Advogado. Professor e Orientador de Curso de Pós-graduação em Direito na UNESP (Franca/SP). Livre-Docente em Teoria Geral e Filosofia do Direito pela UNESP, Mestre e Doutor pela USP. Membro do Tribunal de Ética da OAB - Seccional de São Paulo (1993-2007); do Instituto Jacques Maritain do Brasil (IJMB). Magistrado aposentado. Administrador do Portal Jurídico www.academus.pro.br.

RESUMO

Nas relações de trabalho entre empregador e empregado, as empresas devem cumprir os fundamentos constitucionais sobre o pleno emprego, não podendo considerar seus funcionários apenas como meros meios para atingir fins econômicos. Neste sentido, existem duas doutrinas que defendem princípios opostos de organização empresarial: uma dá primazia ao lucro, com sacrifício dos colaboradores e a outra privilegia o aperfeiçoamento dos funcionários, como uma forma de alcançar produtividade. O objetivo deste trabalho é analisar as duas teorias sob o parâmetro da ordem econômica, positivada na Constituição Federal, enfatizando a empresa como instituição social, agente da sociedade que deve atender a necessidades sociais para cumprir sua função social.

Palavras-chave: relações trabalhistas; fundamentos constitucionais; princípios;

ABSTRACT

In the labor relations between employer and employee, companies must comply with the constitutional foundations on full employment and may not consider their employees as mere means to achieve economic ends. In this sense, there are two doctrines that advocate opposing principles of business organization: one gives primacy to profit at the sacrifice of other employees and the other favors the improvement of employees, as a way to achieve productivity. The intent of this work is to analyze the two theories under parameter of the economic order, positively valued by the Constitution, emphasizing the company as a social institution, agent of society that must meet social needs to fulfill its social function.

Keywords: labor relations; constitutional foundations; principles

INTRODUÇÃO

É um compromisso da função social responsável: empregados não são um meio para a empresa atingir seus objetivos econômicos; são primariamente um fim em si mesmos; que com seu trabalho devem alcançar a plenitude de sua dignidade individual. Assim considerando os trabalhadores, as empresas cumprem os fundamentos constitucionais sobre pleno emprego, inclusão social, bem estar, etc.

Duas doutrinas ou teorias defendem princípios opostos de organização empresarial: uma remonta às origens do capitalismo industrial (centrado hoje no modelo americano), enfatizando o lucro para os acionistas e investidores (*stakeholders*¹); a

¹. A noção de *stakeholders* (“partes interessadas”) inclui, de um lado, além dos investidores, os trabalhadores, os parceiros comerciais, os fornecedores, os clientes e os credores (denominados *stakeholders contratuais*), e por outro lado a comunidade local, as associações de cidadãos, as entidades reguladoras e o governo (chamados de *coletivos*). Cf. **Princípios de governança das empresas da OCDE**, em www.ocde.org.

outra privilegia o aperfeiçoamento dos funcionários, como meio de alcançar a eficiência econômica da empresa ou produtividade.

Em síntese, pela teoria do acionista a empresa dá primazia ao lucro, com sacrifício dos colaboradores (salários baixos ou congelados), ou a empresa privilegia o homem que produz a riqueza, mesmo à custa inicial da lucratividade.

No primeiro caso, verificam-se na prática os costumeiros processos de *turn over* (rotatividade de empregados e dirigentes da empresa), em que os funcionários, para manterem seus postos de trabalho já devem trazer consigo uma longa bagagem de experiências, acumuladas à sua própria custa (cursos básicos de especialização, treinamentos em outras empresas, auto-formação); ou seja, na guerra da competição nos lucros, não recebem armas da empresa, mas devem trazer consigo as adquiridas às suas expensas...

Na segunda visão empresarial, importa mais aos dirigentes investir no aperfeiçoamento dos funcionários que ingressam, mesmo possuindo um mínimo de conhecimentos e experiências. O custo/investimento é da empresa, que aposta no aperfeiçoamento natural, inerente a todo ser humano; devidamente motivado, este investe na empresa com sua competência profissional.

Naquele quadro laboral, os empregados não são motivados internamente, mas por meios externos de gratificações (sem caracterizar participação explícita nos lucros da empresa). Vão guardando em si, ao longo do tempo, resquícios de desconfianças, antagonismos por reivindicações não atendidas, más vontades insuspeitas...

Por isso predominam neste tipo de organização fortes reivindicações sindicais. Desde seus primórdios, os sindicatos apresentaram-se contestadores, fomentadores de greves prejudiciais à produtividade, quando não “boicotavam” os trabalhos, “sabotando”² a produção.

Nas organizações do segundo tipo, as tensões empregados-patrões resolvem-se de modo superior nas mesas de negociações, em que os sindicatos contribuem com

². Da palavra francesa *sabot* (= tamanco), que os operários usavam nas fábricas e jogavam nas engrenagens para emperrarem as máquinas.

idéias para reivindicar melhores condições de vida dos trabalhadores, e também para aumentar a produção e, portanto, a lucratividade do negócio. Empregados se tornam, neste modelo, “sócios ativos” do empregador, para quem o lucro não se reflete apenas no salário, mas na melhoria da qualidade de vida dos trabalhadores e suas famílias.

Neste texto procuraremos analisar estas teorias sob os contornos da ordem econômica, positivada na Constituição Federal, enfatizando a empresa como instituição social, agente da sociedade que deve atender a necessidades sociais, como gerar riquezas e empregos, pois empresas que criam riquezas e empregos justificam sua função social.³

1. TEORIAS GERENCIAIS

O campo da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) apresenta não apenas um leque de teorias, mas uma multiplicidade de visões controvertidas, complexas e até obscuras. Elisabet GARRIGA e Domènec MELÉ⁴ propõem classificar as teorias sobre RSE em quatro tipos:

- 1) *teorias instrumentais*, nas quais a corporação é vista somente como um instrumento de louvável criatividade, e cujas atividades sociais são apenas meios para alcançar resultados econômicos;
- 2) *teorias políticas*, as quais dizem respeito ao poder das empresas na sociedade e o uso responsável deste poder na arena política;
- 3) *teorias integrativas*, nas quais a empresa é focada na satisfação das demandas sociais;
- 4) *teorias éticas*, baseadas nas responsabilidades éticas das empresas em relação à sociedade.

³. FARAH, Flávio. **Dar lucro aos acionistas não é a missão da empresa**. In *O Estado de S. Paulo*, Caderno Economia, 15 outubro 2006.

⁴. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory, in *Journal of Business Ethics*, Springer Netherlands, Vol. 53, Ns. 1-2/August, 2004, pp. 51-71.

Na prática, cada teoria da RSE apresenta quatro dimensões relacionadas a *benefícios, resultado político, demandas sociais e valores éticos*. As autoras sugerem a necessidade de se desenvolver uma nova teoria sobre relacionamento entre negócios e sociedade, que possa integrar estas quatro dimensões.

Neste campo da RSE, Ryuzaburo Kaku, então presidente da Canon Inc., popularizou o termo *kyosei*, o qual traduziu como “vivendo e trabalhando para o bem comum”⁵. Kaku usou a teoria de *kyosei* para criticar os modelos *shareholder* e *stakeholder*, adotado pela teoria americana do acionista, declarando: “Baseado no conceito de *kyosei*, defino as empresas em quatro categorias. A primeira categoria é puramente uma empresa capitalista que tenta maximizar os lucros mesmo explorando seus trabalhadores. A segunda é quando a gerência e a mão de obra compartilham de um destino comum, e a terceira é quando a empresa vai além do trabalho para o seu próprio bem estar e considera o mesmo quanto à comunidade. O quarto estágio é *kyosei*, o bem comum”⁶.

Com estes conceitos Kaku critica a *teoria instrumental*, indicativa de empresas cujas atividades sociais são apenas meios para alcançar resultados econômicos, e apresenta uma *teoria integrativa e ética* para empresas focadas na satisfação das demandas sociais, fundadas em responsabilidades éticas em relação à sociedade.

Trata-se de relevante apreciação sobre a responsabilidade social das empresas: como integrantes da sociedade, estas devem contribuir para o bem comum e a melhoria da comunidade. Podem produzir riquezas, proporcionando bens e serviços de modo justo e eficiente, respeitando a dignidade das pessoas, promovendo o bem-estar individual e a harmonia social. A análise corresponde ao conceito de *kyosei*: viver e trabalhar conjuntamente em prol do bem comum, possibilitando que a cooperação e a prosperidade mútua coexistam com a concorrência saudável e justa.

⁵. KAKU, Ryuzaburo. “**Kyosei – Um Conceito Que Liderará o Século 21**”. Departamento de Relações Públicas da Canon Inc, 1995, P5, Japão. *Apud* ALFORD O.P, Helen; NAUGHTON, Michael J. *Managing as if faith mattered. Christian social principles in the modern organization*. Indiana, University of Notre Dame Press, 2001, p. 42, Nota 7 (p. 256).

⁶. Entrev. Joe Skelly: Ryuzaburo Kaku, in **Business Ethics (Ética de Negócios)** (Março/Abril 1995): 32. *Apud* Helen ALFORD, op.cit.

Esta teoria interessa-nos especificamente por privilegiar as empresas geradoras de empregos e mantenedoras de políticas humanistas de aperfeiçoamento contínuo de seus funcionários, objeto deste estudo.

2. FUNÇÃO DA EMPRESA NÃO É O LUCRO, APENAS

O conceito de função social não implica em assistencialismo, filantropia ou atividade subsidiária das empresas. Objetivamente, é uma obrigação legal, decorrente da Constituição Federal, sobretudo dos princípios contidos no capítulo da ordem econômica e financeira.

Relatório da revista EXAME⁷, sobre o papel das empresas na sociedade, apontou visões opostas da população e de dirigentes empresariais. Para 93% dos brasileiros, a missão de uma empresa é “gerar empregos”. A última opção dos entrevistados foi “dar lucro aos acionistas”, com apenas 10% das preferências. Em contraste, presidentes de empresas colocaram o lucro em primeiro lugar, com 82% de indicações.

Comentando tais conclusões, o professor Flávio FARAH questiona se seria errado considerar a criação de empregos como missão das empresas, e se a opinião dos cidadãos significa efetivamente uma rejeição ao lucro e uma condenação do capitalismo. Explica que:

O princípio da função social da propriedade, que deu origem à doutrina da *função social da empresa*, implica em que os bens de produção devem ter uma destinação compatível com os interesses da coletividade. A obrigação (social) do proprietário desses bens é pô-los em uso para realizar a produção e a distribuição de bens úteis à comunidade, gerando riquezas e empregos. Uma empresa geradora de riqueza e de emprego cumpre sua função social.⁸

⁷. GUROVITZ, Hélio; BLECHER, Nelson. **O estigma do lucro**, *Revista Exame*, 30 de março de 2005, pp. 20-25.

⁸. Op.cit.

Enfatiza que a empresa é uma instituição social, um agente da sociedade tendo como finalidade satisfazer necessidades sociais. A sociedade convive com empresas porque as considera benéficas ao corpo social, sendo esse o fundamento moral da existência de organizações econômicas.

Argumenta, ademais, que a razão de ser da empresa não é produzir lucros e enriquecer seus acionistas: “a missão da empresa é produzir e distribuir bens e serviços bem como criar empregos. Essa é a função social das companhias privadas”. Quanto ao lucro, é considerado legítimo pela sociedade, entendido como a justa recompensa aos investidores que aceitam correr o risco de aplicar seu capital em um empreendimento produtivo.

3. A ORDEM ECONÔMICA E SOCIAL

Mais do que teorias a serem comprovadas, os preceitos até aqui expostos são regras estabelecidas pela sociedade brasileira, por meio de seus representantes, e inscritos na Constituição e nas leis. O direito à propriedade privada e o princípio da função social da propriedade estão prescritos nos incisos XXII e XXIII do artigo 5º da Constituição Federal, e no parágrafo 1º do artigo 1.228 do Código Civil.

Entretanto, o principal dispositivo a prescrever a moderna visão do papel das empresas é o artigo 170 da Constituição: de fato, este artigo vincula a ordem econômica a um fim social. A liberdade de iniciativa (empresarial) está dirigida a finalidades comunitárias, como a de garantir a existência digna das pessoas, conforme os ditames da justiça social, fundada em sólidos princípios: da soberania nacional (inc. I), da propriedade privada (inc. II), da função social da propriedade (inc. III), da livre concorrência (inc. IV), da defesa do consumidor (inc. V), da defesa do meio ambiente (inc. VI), da redução das desigualdades regionais e sociais (inc. VII), da busca do pleno emprego (inc. VIII), do favorecimento às empresas de pequeno porte (inc. IX).

Tornou-se dever constitucional do empresariado privilegiar esta justiça social, a fim de garantir a todos os cidadãos condições mínimas para satisfazer suas necessidades fundamentais, tanto físicas como espirituais, morais, profissionais,

artísticas, etc. Em uma ponta, gerar empregos com remuneração justa e benefícios adequados, garantindo condições dignas de vida; na outra, limitar o lucro arbitrário, ou os preços abusivos, como infrações à ordem econômica e aos direitos do consumidor.

Referido artigo 170 fundamenta a ordem econômica na livre iniciativa (inc. II), em uma economia de mercado capitalista, cuja finalidade é garantir a todos existência digna. Significa que a função da atividade econômica é a satisfação das necessidades básicas dos indivíduos, tais como alimentação, vestuário, habitação, saúde, educação, transporte e lazer. Em outras palavras, como ressalta Flávio FARAH⁹ :

A função das empresas é atender prioritariamente às necessidades mínimas das pessoas em termos de bens e serviços. Essa regra é reforçada pelo disposto no inciso III, que consagra a função social da propriedade. Ademais, o inciso VIII, ao estabelecer o princípio da busca do pleno emprego, coloca a geração de empregos dentro da função social das empresas. A atividade econômica só se legitima quando cumpre sua finalidade, qual seja, assegurar a todos existência digna.

4. UMA NOVA VISÃO SOBRE A EMPRESA

O conceito de empresa não é unívoco. Pode se apresentar pelo menos sob quatro perfis básicos: a) quando se confunde com o *empresário* (perfil subjetivo); b) quando se confunde com o *estabelecimento* (perfil objetivo); c) quando se confunde com o **exercício** que o empresário faz do estabelecimento (produção ou circulação) (perfil funcional); d) quando se apresenta com caráter *institucional* ou *corporativo*, como centro múltiplo de interesses, assinalando que a empresa ultrapassa o conceito de pura propriedade (perfil finalístico).¹⁰

A teoria da empresa como instituição ou corporação foi traçada pela Lei das Sociedades por Ações (Lei nº 6.404/76), a qual, sendo lei especial, não foi revogada pelo Código Civil, antes foi aceita e aperfeiçoada por esta nova lei (Cf. Título II, do Direito de Empresa). Esta Lei 6.404/76 veio contrariar, no sistema brasileiro, a teoria do

⁹. Idem, op.cit.

¹⁰. DE LUCCA, Newton. **O Perfil da Empresa no mundo da economia globalizada e a Função Social do Direito**. Palestra na Academia Paulista de Direito (USP), em 20/8/2003.

acionista e prejudicar a função social da empresa, como se pode depreender dos seguintes dispositivos:

- 1) o acionista deve exercer o direito a voto no interesse da companhia (art. 115 *caput*);
- 2) o acionista não poderá votar nas deliberações que puderem beneficiá-lo de modo particular, ou se tiver interesse conflitante com o da companhia (art. 115, par.1º);
- 3) o acionista controlador deve usar o poder com o fim de fazer a companhia realizar o seu objeto e cumprir sua função social, tendo deveres e responsabilidades para com os demais acionistas da empresa, os que nela trabalham e a comunidade em que atua (art. 116, par. único);
- 4) o administrador deve exercer as atribuições que a lei e o estatuto lhe conferem para lograr os fins e no interesse da companhia, satisfeitas as exigências do bem público e da função social da empresa (art. 154).

Tais prescrições indicam que o dever dos administradores não é para com os acionistas, mas para com a empresa. Havendo conflito entre os interesses dos investidores e os da companhia, os interesses desta devem prevalecer. Tanto os administradores quanto o próprio acionista controlador devem usar seu poder em benefício da empresa, para que esta cumpra sua função social.

Com fundamento nestas legislações, referindo-se às indagações sobre a pesquisa da revista EXAME, FARAH conclui que “a sociedade não quer abolir o capitalismo nem o lucro” e que “seu único desejo é que as organizações econômicas cumpram sua função social”.¹¹

Filiando-se à corrente oposta à teoria do acionista, segundo a qual este deve ser privilegiado pela empresa, com primazia sobre outros interesses sociais, aumentam tendências empresariais focando seus objetivos para além dos exclusivos interesses societários, ao patrocinar e incentivar ações sociais fora da empresa.

Inúmeras organizações não governamentais, como a ADCE, a ETHOS, a AKATU, a GIFE, a ABRINQ e outras mais, congregam estas empresas promotoras de

¹¹. Idem, *ibidem*.

atividades visando a defesa do consumidor, do meio ambiente, da educação, da saúde, etc.; reúnem empresários e dirigentes para incrementar políticas de responsabilidade social, inclusive de condutas éticas empresariais.

Pela evolução dos estudos acadêmicos e das práticas corporativas registradas até o momento, torna-se oportuno apresentar modelos econômicos alternativos que permitam uma revisão dos paradigmas que norteiam as ações empresariais: possibilidade de oferecer um modelo alternativo que não reduza, mas aumente o bem-estar, a felicidade do homem, e das comunidades.

A mudança de paradigma vem sendo estimada e dirigida por empresas que privilegiam a primazia do homem e do trabalho sobre o capital, nessa ordem, valorizando a dignidade das pessoas no âmbito interno de suas organizações, e compromissadas exteriormente com a comunidade em que se inserem.

Esta responsabilidade social está explícita na categoria das empresas de economia privada, inseridas no mercado, mas conscientes de uma hipoteca social que as orienta à justa distribuição do lucro, sob as várias modalidades conhecidas e que vêm sendo praticadas.

5. ESTRATÉGIAS DAS EMPRESAS NA QUESTÃO LABORAL

Interessa-nos, nesta análise, especificar uma das funções sociais das empresas, elencada no art. 170, inc. VIII, da CF, que é a busca do pleno emprego; constitui fundamento do Estado Democrático de Direito, “os valores sociais do trabalho”, aliás, associado, “à livre iniciativa” (art. 1º, IV CF). Significa, em feliz associação entre capital e trabalho, que a liberdade de empreender vem associada à valorização social do trabalho.

O empresário, fundado no direito de propriedade e na liberdade de contratar, pode constituir empresas (agrícolas, industriais, comerciais, de serviços, etc.) para produção de riquezas, com capitais próprios ou de investidores, mas deve buscar os trabalhadores que organizem e implementem esta produção.

Esta “obrigação de empregar” corresponde não só a uma exigência de constituição da própria empresa, como um dever de manter o pleno emprego. A exegese desta expressão deve ser extensiva: a nosso sentir, “pleno” significa não apenas segurança e estabilidade no emprego (de conformidade com a legislação trabalhista), como também admissão ampla de trabalhadores, como função social.

A história do empreendedorismo atesta que as empresas se iniciam modestamente, e com os resultados obtidos se expandem e se multiplicam, permitindo a contratação progressiva de maior número de funcionários, qualificados segundo os diversos setores de trabalho, administrativos, produtivos, comerciais, etc.

6. COMPORTAMENTO EMPRESARIAL PARA UM MUNDO MELHOR

A questão do pleno emprego, da inclusão social, da redução das desigualdades de classes não é apenas um problema político, de solução afeta aos governos, mas das instituições geradoras de riquezas, que também contribuem com seus tributos à estabilidade e governabilidade das administrações públicas.

Analisemos a Caux Roundtable¹², uma rede mundial de líderes empresariais que acreditam no papel crucial dos negócios na promoção de soluções sustentáveis para problemas globais. Fundada em 1986 com a finalidade de reduzir as crescentes tensões comerciais, centra sua atenção na importância da responsabilidade corporativa global. Esta Mesa Redonda desenvolveu um elenco de *Princípios Empresariais* que abrangem tópicos como meio ambiente, clientes, comunidade, fornecedores, investidores, concorrentes, público interno e comportamento ético.

Este grupo internacional de executivos (do Japão, Europa e Estados Unidos), que se encontram todos os anos em Caux, Suíça, formando uma Mesa Redonda, acredita que a Comunidade Internacional de negócios pode representar um papel importante no melhoramento das condições econômicas e sociais.

¹². Site na Internet. Disponível em: [<http://www.cauxroundtable.org/portugue.htm>]. Acesso em: 05.12.2010.

6.1. Os princípios de Caux

Em documento elaborado como síntese de aspirações, estes líderes não pretendem refletir a realidade, mas expressar uma regra mundial em função da qual o desempenho das empresas possa ser considerado. No final, os membros procuram iniciar um processo que identifique valores compartilhados e reconcilie valores divergentes, de modo que todos possam marchar para o desenvolvimento de uma perspectiva participativa no comportamento dos negócios, que seja aceita e respeitada por todos.

Estes princípios se fundamentam em dois ideais éticos: o já referido princípio japonês do *kyosei* e o conceito mais ocidental de *dignidade humana* - de tal forma que seja possível a cooperação e a prosperidade mútua coexistindo com a concorrência justa e saudável. *Dignidade humana* se refere ao valor sagrado de cada pessoa como um fim, e não simplesmente como um meio para outras pessoas se servirem dela para outros propósitos, ou mesmo, no caso dos direitos humanos básicos, por preceito legal.

Nos Princípios Gerais (Secção 2) o documento ajuda a esclarecer o espírito da *kyosei* e da *dignidade humana*; e nos Princípios do Investidor (Secção 3), mais específicos, apresentam uma forma prática de aplicar estes conceitos da *kyosei* e da *dignidade humana*. Os membros da Mesa Redonda de Caux depositam sua ênfase primordial em cada um colocar primeiro a sua a casa em ordem, procurando o que está certo e quem está certo.

Em seu Preâmbulo, afirma o documento que as mobilidades do emprego e do capital estão convertendo os negócios em atividades crescentemente globais em suas transações e em seus efeitos, mostrando que as leis de mercado, em tal contexto, são apenas guias de condutas necessárias, mas insuficientes.

Afirmam a legitimidade e a importância dos valores morais na tomada de decisões econômicas porque, sem elas, torna-se impossível o relacionamento estável nas transações e a sustentação de relações empresariais, sobretudo na comunidade mundial.

6.2. Princípios gerais

1) As responsabilidades das empresas: de acionistas a investidores.

O papel de uma empresa é criar riqueza e emprego e prover produtos e serviços aos consumidores a um preço razoável, sem prejuízo da qualidade. Para desempenhar esse papel, a empresa deve manter sua saúde econômica e sua viabilidade, mas a sua sobrevivência não é um fim em si mesma.

A empresa também tem um papel a cumprir, contribuindo em favor de todos os seus clientes, empregados e acionistas, e dividindo com eles as riquezas criadas. Fornecedores e competidores igualmente devem esperar negociadores que honrem as suas obrigações em um espírito de honestidade e justiça. E quanto aos cidadãos responsáveis das comunidades local, nacional, regional e global, nas quais operem, as empresas têm parte da responsabilidade na criação do futuro para essas comunidades.

Salientamos, neste tópico, a ênfase dada ao lucro das empresas: deve ser dividida com “acionistas e empregados”. Ambos contribuem para a riqueza da empresa, aqueles aportando seus capitais, e estes o seu trabalho; tornam-se como “sócios” no empreendimento, e, portanto, também nos lucros. E que, no âmbito das comunidades em que atuam as empresas devem se responsabilizar pelo seu futuro, tanto quanto as autoridades constituídas.

2) O impacto econômico e social das empresas: rumo à inovação, justiça e comunidade mundial.

As empresas estabelecidas em países estrangeiros para desenvolver, produzir, ou vender, devem também contribuir para o progresso social dessas nações, pela criação de empregos e pelo aumento do seu poder de compra. Devem também dar atenção e contribuir para os direitos humanos, a educação, o bem estar, e o fortalecimento das comunidades dos países em que operam.

Mais ainda, através da inovação, do uso eficiente e prudente de recursos, e da competição livre e justa, as empresas devem contribuir com o desenvolvimento econômico e social da comunidade mundial como um todo, e não apenas nos países

em que operem. Novas tecnologias, produção, produtos, marketing e comunicação, são todos fatores para essa contribuição mais ampla.

3) *Comportamento empresarial: da letra da lei a um espírito da verdade.*

Com exceção dos legítimos segredos comerciais, uma empresa deve reconhecer que sinceridade, franqueza, respeito à verdade, cumprimento de promessas, e transparência contribuem não apenas para o crédito e a estabilidade dos negócios, mas também para a lisura e eficiência das transações, particularmente a nível internacional.

4) *Respeito às regras: das tensões comerciais à cooperação.*

Para evitar tensões comerciais e promover o livre comércio, oportunidades iguais de negócios, e tratamento justo e equilibrado para todos os participantes, as empresas devem respeitar as regras internacionais e domésticas. Em complemento, elas devem reconhecer que seu próprio comportamento, ainda que legal, poderá ter conseqüências adversas.

5) *Apoio ao comércio multilateral: do isolamento à comunidade mundial.*

As empresas devem apoiar o Sistema de Comércio Multilateral do GATT//Organização Mundial do Comércio e os acordos similares internacionais. Devem cooperar com os esforços de promover a judiciousa liberalização do comércio e de atenuação das medidas domésticas que injustificadamente prejudicam o comércio global.

6) *Respeito pelo meio-ambiente: da proteção ao engrandecimento.*

Uma empresa deve proteger e, onde possível, fortalecer o meio-ambiente, promover o desenvolvimento sustentado, e evitar o desperdício de recursos naturais.

7º) *Condenação de operações ilícitas: do lucro à paz.*

Uma empresa não deve participar ou facilitar a prática de suborno, lavagem de dinheiro, ou outras práticas de corrupção. Não deve negociar com armamentos ou materiais usados para atividades terroristas, tráfico de drogas ou outras operações do crime organizado.

6.3. Princípios do investidor

1º) *Clientes:*

Acreditamos no tratamento com dignidade de todos os clientes, e que esses clientes não são apenas aqueles que diretamente adquirem nossos produtos e serviços, mas também aqueles que os adquirem através de canais de mercado organizados. No caso daqueles cuja aquisição não é direta faremos o maior esforço para escolher os canais de marketing e de montagem e fabricação que aceitem e sigam as normas de conduta aqui estabelecidas. Nós temos a responsabilidade de: prover os nossos clientes de produtos com a mais alta qualidade e de serviços compatíveis com as suas aspirações; tratar nossos clientes com justiça em todos os aspectos de transações de negócios, incluindo um alto nível de serviço e soluções para o desagrado do consumidor; fazer todo o esforço para se assegurar que a saúde e a segurança (incluindo a qualidade ambiental) de nossos clientes sejam mantidas ou melhoradas por nossos produtos ou serviços; evitar desrespeito pela dignidade humana nos produtos oferecidos, marketing e propaganda; respeitar a integridade das culturas de nossos clientes.

2º)

Nós acreditamos na dignidade de todo empregado e temos então a responsabilidade de: Prover empregos e compensações que estimulem e melhorem as condições de vida dos trabalhadores; prover condições de trabalho que respeitem a saúde e a dignidade dos empregados; ser honesto nas comunicações com os empregados e abrir a informação compartilhada, limitada apenas pelos impedimentos legais e competitivos; estar acessível às contribuições, idéias, reclamações e reivindicações dos empregados; participar de boa fé das negociações quando surjam os conflitos; evitar práticas discriminatórias e garantir tratamento e oportunidades iguais em termos de origem, idade, raça e religião; promover na empresa o emprego dos deficientes e outras pessoas prejudicadas em postos de trabalho onde eles possam ser genuinamente

úteis; proteger os empregados de acidentes evitáveis e das doenças ocupacionais; ser sensível aos sérios problemas de desemprego frequentemente associados a decisões da empresa e trabalhar com o governo e outras agências na reorientação dos desempregados.

3º) *Proprietários/Investidores:*

Acreditamos em honrar a confiança que os investidores depositam em nós. Temos, portanto, a responsabilidade de: Aplicar gerenciamento profissional e diligente de forma a assegurar um retorno justo e competitivo aos investimentos dos proprietários; abrir as informações relevantes aos proprietários/investidores, ressalvados apenas as restrições legais e competitivas; conservar e proteger as aplicações dos proprietários/investidores; respeitar os pedidos, sugestões, reivindicações e resoluções formais dos proprietários/investidores.

4º) *Fornecedores:*

Partimos da certeza de que nosso relacionamento com fornecedores e subcontratantes, como numa sociedade, devem ser baseados em respeito mútuo. Como decorrência, temos a responsabilidade de: Procurar justiça em todas as nossas atividades, incluindo preços, autorizações e direitos de venda; assegurar-se que nossas atividades empresariais estão isentas de coerção e litígios desnecessários, promovendo sempre a livre competição; alimentar a estabilidade de longo prazo no relacionamento com o fornecedor, cultivando valores, qualidade e confiança; trocar informações com os fornecedores e integrá-los em nosso processo de planejamento, de modo a estabelecer relações estáveis; pagar os fornecedores em dia e em obediência aos prazos ajustados; procurar, encorajar e preferir os fornecedores e subcontratantes cujas práticas de emprego respeitem a dignidade humana.

5º) *Concorrentes:*

Acreditamos que a concorrência econômica justa é uma das premissas básicas para aumentar a riqueza das nações e tornar possível a distribuição justa dos bens e serviços. Temos então a responsabilidade de: Incrementar mercados abertos para comércio e investimento; promover comportamento competitivo que seja social e ambientalmente benéfico e que demonstre respeito mútuo entre os concorrentes; evitar qualquer busca ou participação de pagamentos questionáveis ou favores para obter vantagens competitivas; respeitar a propriedade material e

intelectual; recusar-se a obter informação comercial por meios desonestos ou anti-éticos, como a espionagem industrial.

6º) Comunidades:

Acreditamos que como cidadãos de empresa global podemos contribuir, mesmo em pequena extensão, com as forças de reforma e de direitos humanos como as que trabalham nas comunidades em que operamos. Temos então responsabilidade de: Respeitar os direitos humanos e as instituições democráticas, e promover o seu lado prático; reconhecer a obrigação legítima do governo para com a sociedade, e apoiar políticas e práticas que promovam o desenvolvimento humano através de relações harmoniosas entre a empresa e outros segmentos da sociedade; colaborar em países e áreas que lutam pelo seu desenvolvimento econômico através de forças que estejam dedicadas a melhorar os padrões de vida, educação e segurança no trabalho; promover e estimular o desenvolvimento sustentável.¹³

7. PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS

O setor empresarial possui imensos recursos financeiros, tecnológicos e econômicos, exerce grande influência política, financia campanhas eleitorais e tem acesso privilegiado aos governantes. Essa extraordinária força implica em uma grande responsabilidade. No Brasil, muitos empresários já perceberam a necessidade de direcionar suas práticas no sentido de alterar o quadro de degradação ambiental, a péssima distribuição de renda, a baixa qualidade dos serviços públicos, a violência e a corrupção não apenas no discurso, mas fundamentalmente nas ações.

Afinado com estas preocupações, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social inspirou-se na instituição norte-americana chamada Business and Social Responsibility e desde 1998 busca disseminar a prática da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) ajudando as empresas a compreender e incorporar critérios de responsabilidade social de forma progressiva, a implementar

¹³. *Principles for Business* têm sido largamente utilizados não apenas por companhias e organizações financeiras mas por escolas em todo o mundo, e incluídos em numerosos livros e outras publicações, como por exemplo: "Values Added: Making Ethical Decisions" in the *Financial Marketplace* John L. Casey. (University Press of America, Inc. 1997); ***Ethical Theory and Business*** . Fifth Edition. Tom L. Beauchamp. Georgetown University, editor; Norman E. Bowie of the University of Minnesota (Prentice Hall), editor.

políticas e práticas com critérios éticos. O Ethos também assumiu a tarefa de promover e incentivar formas inovadoras e eficazes de gestão do relacionamento da empresa com todos os seus públicos e a atuação em parceria com as comunidades na construção do bem-estar comum.

A preocupação com o papel e a responsabilidade das empresas diante das questões sociais e ambientais está presente em diversos países do mundo, e atualmente encontra uma tradução nos princípios do Global Compact, iniciativa do Secretário Geral das Nações Unidas, Kofi Annan.

A Responsabilidade Social Empresarial está além do que a empresa deve fazer por obrigação legal. A relação e os projetos com a comunidade ou as benfeitorias para o público interno são elementos fundamentais e estratégicos para a prática da RSE. Mas não é só. Incorporar critérios de responsabilidade social na gestão estratégica do negócio e traduzir as políticas de inclusão social e de promoção da qualidade ambiental, entre outras, em metas que possam ser computadas na sua avaliação de desempenho é o grande desafio.

Da agenda Ethos de responsabilidade social constam temas, como código de ética, compromissos públicos assumidos pela empresa, gestão e prevenção de riscos além de mecanismos anticorrupção, promoção da diversidade, apoio às mulheres e aos não-brancos, assim como a extensão desses compromissos por toda a cadeia produtiva envolvida na relação com os parceiros e fornecedores. Enfim: a Responsabilidade Social Empresarial é definida pela relação que a empresa estabelece com todos os seus públicos (stakeholders) no curto e no longo prazo.

Para facilitar e generalizar o conceito, a responsabilidade social das empresas foi organizada em sete tópicos: **1.** Valores e Transparência; **2.** Público Interno; **3.** Meio ambiente; **4.** Fornecedores; **5.** Comunidade; **6.** Consumidores/clientes; **7.** Governo e Sociedade.

7.1. Princípios do Global Compact e indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial

O Global Compact é um programa da Organização das Nações Unidas que procura mobilizar a comunidade empresarial internacional na promoção de valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho e meio ambiente. Desenvolvido pelo então Secretário geral, Kofi Annan, ele determina que as empresas devem contribuir para a criação de uma estrutura socioambiental consistente, em mercados livres e abertos, assegurando que todos desfrutem os benefícios da nova economia global.

O programa propõe um pacto global para atuação das empresas em torno de nove princípios básicos, inspirados em declarações e princípios internacionais. A apresentação de um quadro de intersecção dos princípios do Global Compact com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social e a indexação dos casos do Banco de Práticas do Instituto Ethos segundo os mesmos princípios são esforços para evidenciar a simbiose existente entre o movimento de responsabilidade social empresarial no Brasil e as normas universais estabelecidos pelas Nações Unidas.

7.2. Princípios do Global Compact e práticas empresariais¹⁴

1. As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente.
2. Assegurar-se de sua não participação em violações desses direitos.
3. As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.
4. Apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.
5. Apoiar a erradicação efetiva do trabalho infantil.
6. Apoiar a igualdade de remuneração e a eliminação da diminuição no emprego.
7. As empresas devem adotar uma abordagem preventiva para os desafios ambientais.
8. Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental.

¹⁴. Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. Disponível em: [www.ethos.org.br]. Acesso em: 10.11.2010.

9. Incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis.

7.3. A ética nas empresas

O Certificado SA 8000, (norma internacional de Social Accountability 8000), estabelece padrões de responsabilidade social para as companhias; um deles é não contratar mão-de-obra infantil, outra é o pagamento de salários equivalentes a homens e mulheres; ou ainda exigir garantias à segurança, à saúde e à integridade física e psicológica dos funcionários.¹⁵

Segundo Maria Cecília de Arruda, coordenadora de estudos de ética na FGV, em pesquisa junto a indústrias, aponta como principal conflito ético o "assédio profissional", forma de pressão que as corporações exercem sobre seus empregados; por receio de perderem o emprego ou uma promoção, estes devem tolerar excessos dos chefes, ocultar erros e aceitar atitudes não-éticas.¹⁶

Para estimular empresários e altos executivos a investir em padrões de conduta, o Instituto Ethos lançou um manual ético, que tem como função estabelecer parâmetros e diminuir o clima de incerteza entre os funcionários. Ao deixar claras as regras e criar limites morais, ele passa a servir como suporte para punir transgressões e desvios de comportamento, buscando tornar efetivos os princípios estipulados.

Um código atual deve abordar temas como os descritos nestes "Dez mandamentos": *I. Não divulgar propaganda enganosa. II. Não fazer espionagem industrial. III. Não assediar sexualmente (coerção sexual é crime). IV. Não apadrinhar (a contratação ou promoção de um funcionário deve se dar com base na competência profissional e no mérito). V. Tratar os funcionários com respeito. VI. Honrar cliente e fornecedor. VII. Não subornar. VIII. Não poluir. IX. Não fraudar (fraude é falsificação, adulteração, contrabando, abuso de confiança ou ação praticada de má-fé, crimes*

¹⁵. Cf. Ângela NUNES, **A vez da ética nas empresas**, in *Rev. VEJA*, 11/10/2000, p. 154.

¹⁶. Professora da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo; pesquisa em parceria com o Ethics Center, de Washington.

previstos no Código Penal). X. *Não discriminar* (raça, preferência sexual ou deficiência, na hora de contratar e promover, ou tratar de forma desigual homens e mulheres).¹⁷

8. UM NOVO PARADIGMA DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSÁVEIS

Pelo Projeto da Economia de Comunhão,¹⁸ empresas com fortes motivações humanistas estão construindo um novo modelo de relacionamento entre economia e sociedade, pelo princípio de solidariedade. A Economia de Comunhão entende a propriedade privada e o lucro de modo comunitário; as empresas que a adotam colocam os lucros em comum segundo três critérios básicos: investindo uma parte na própria empresa, para garantir e ampliar os postos de trabalho e suas atividades econômicas; outra parte para o aperfeiçoamento cultural e profissional das pessoas que trabalham na empresa; e aplicando a terceira parte dos lucros no atendimento às pessoas excluídas do mercado de trabalho, por meio de programas sociais de educação, saúde, etc.

CONCLUSÕES

1. Constata-se evidente concorrência entre teorias de política empresarial na busca de um equilíbrio entre capital e trabalho: privilegiar os acionistas ou investir no aperfeiçoamento, manutenção e ampliação de empregos na empresa.
2. A teoria do acionista, clássica e tradicional entre os economistas e empresários americanos, inspirados nas idéias econômicas de Milton Friedman, ao atribuir a maximização dos lucros aos investidores de capitais, restringe uma adequada política de melhoria salarial e ampliação dos quadros de funcionários.
3. Em contrapartida, empresas internacionais, por inspiração nos princípios da *kyosei* (bem comum) e da *dignidade humana*, vêm adotando políticas governativas voltadas a

¹⁷. Rev. VEJA cit., p. 155.

¹⁸. BRUNI, Luigino. **Comunhão e as novas palavras em Economia**; BUGARIN, Alexandre Dominguez. **Economia de Comunhão: enfrentando a exclusão?**; LEITE, Kelen Christina. **Economia de Comunhão. Uma mudança cultural e política na construção do princípio da reciprocidade nas relações econômicas**; SEBOK, Roberto T. Como preparar-se para o mundo unido do novo milênio.

privilegiar o capital humano e o trabalho, apostando em igual crescimento qualitativo da produtividade.

4. Pela Lei das Sociedades por Ações (L. 6.404/76), revigorada pelos Princípios e Direitos Fundamentais da Constituição Federal, e seu art. 170, que trata da ordem econômica e social, a liberdade de iniciativa empresarial está voltada para finalidades comunitárias, como garantir a existência digna das pessoas, conforme ditames da justiça social, caracterizando a função social da empresa. Destacam-se no art. 170, como finalidades comunitárias da empresa, a redução das desigualdades sociais e a busca (= manutenção) do pleno emprego.

5. Caracterizada a empresa com um perfil finalístico, dado pela Lei e pela Constituição, infere-se que a *função social da empresa* questiona a teoria instrumental que privilegia o acionista na outorga do lucro, pois a função desta não é dar lucros, apenas, mas gerar riquezas e empregos, cumprindo, assim, aquela função comunitária.

6. A “obrigação de empregar” constitui não só uma exigência constitutiva da própria empresa, como o dever subsequente de manter o pleno emprego, pois “pleno” significa segurança e estabilidade e também ampliação progressiva dos quadros de trabalho.

7. No nível internacional, um grupo de executivos do Japão, Europa e Estados Unidos, reúnem-se anualmente para uma Mesa Redonda, em Caux, na Suíça, estabelecendo diretrizes à Comunidade Internacional de negócios, na certeza de que podem representar importante protagonismo na melhoria das condições econômicas e sociais. Em documento-síntese, denominado *Principles for Business*, fundamentados nos conceitos de *kyosei* e da *dignidade humana*, afirmam a legitimidade e a importância dos valores morais na tomada de decisões econômicas, para o bom relacionamento nos negócios e a sustentação de relações empresariais.

8. No Brasil, inúmeras organizações não governamentais, como a ADCE, ETHOS, AKATU, GIFE, ABRINQ, e outras mais, reúnem empresários e dirigentes para incrementar políticas de responsabilidade social, inclusive de condutas éticas empresariais, estabelecendo, igualmente, Códigos de Ética e Indicadores de

Responsabilidade Social Empresarial, inspirados nos princípios da *Global Compact* da ONU.

9. Uma norma internacional, reconhecida como SA 8.000 (Social Accountability 8000), igualmente estabelece padrões de responsabilidade social para as empresas, dentre eles não contratar mão-de-obra infantil, pagar salários equivalentes para homens e mulheres, exigir garantias à segurança, à saúde e à integridade física e psicológica dos funcionários.

10. Pelas análises apresentadas observa-se a nítida preocupação das empresas para com as relações humanas no trabalho: dos nove princípios e práticas empresariais, quatro referem-se às condições laborais, garantindo a livre associação, exclusão do trabalho forçado e infantil, e a manutenção do pleno emprego. Há fortes tendências entre os empresários para a inclusão social no mercado de trabalho de pessoas com dificuldades especiais, cotas para negros nos diversos escalões operacionais, e exclusão de trabalho escravo, do emprego informal e do trabalho infantil.

11. Este quadro de perspectivas positivas demonstra o empenho das organizações de empresários, em valorizar a dignidade das pessoas no âmbito interno de suas organizações, e compromissadas exteriormente com a comunidade em que se inserem, sem comprometer a justa remuneração do capital dos investidores.

12. Referência especial deve ser feita ao modelo empresarial nascente em diversos países, denominado Economia de Comunhão, objeto de centenas de estudos acadêmicos, segundo a qual o lucro deve ser tripartido, parte para suprir as necessidades internas da empresa, para o aperfeiçoamento profissional e cultural dos empregados, e para atendimento de necessidades das pessoas excluídas do mercado de trabalho, por meio de projetos sociais comunitários.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALFORD, O.P, Helen; NAUGHTON, Michael J. ***Managing as if faith mattered. Christian social principles in the modern organization.*** Indiana, University of Notre Dame Press, 2001.
- ASHLEY, Patrícia Almeida (coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios.** São Paulo: Saraiva, 2005, 2ª ed.
- BRUNI, Luigino. **Comunhão e as novas palavras em Economia.** São Paulo: Cidade Nova, 2005.
- BUGARIN, Alexandre Dominguez. **Economia de Comunhão: enfrentando a exclusão?** Departamento de Engenharia Industrial. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2005. Site PUC-Rio.
- CAVALLAZZI Fº, Tullo. **A função social da empresa e seu fundamento constitucional.** Florianópolis: OAB/SC Editora, 2006.
- CAUX ROUNDTABLE. Disponível em: [<http://www.cauxroundtable.org/portugue.htm>]. Acesso em: 05.12.2010.
- DE LUCCA, Newton. **O Perfil da Empresa no mundo da economia globalizada e a Função Social do Direito.** Palestra na Academia Paulista de Direito (USP), em 20/8/03.
- ETHOS. **Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial.** Disponível em: [www.ethos.org.br]. Acesso em: 10.11.2010.
- FARAH, Flávio. **Dar lucro aos acionistas não é a missão da empresa.** In *O Estado de S. Paulo*, Caderno Economia, 15 outubro 2006.
- GARRIGA, Elisabet; MELÉ, Domènec. **Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory**, in *Journal of Business Ethics*, Springer Netherlands, Vol. 53, Ns. 1-2/August, 2004, pp. 51-71.

GUROVITZ, Hélio; BLECHER, Nelson. **O estigma do lucro**, Revista Exame, 30 de março de 2005, pp. 20-25.

LAHÓZ, André. **Sobre direitos e deveres**, Revista Exame, 30/03/2005, pp. 26-30.

LEITE, Kelen Christina. **Economia de Comunhão. Uma mudança cultural e política na construção do princípio da reciprocidade nas relações econômicas**. Tese de doutorado. Centro de Educação e Ciências Humanas. Universidade de São Carlos. Julho de 2005. Site UFSCAR

NUNES, Ângela. **A vez da ética nas empresas**, in Rev. VEJA, 11/10/2000, p. 154.

OCDE. **Princípios de governança das empresas**, Disponível em: [www.ocde.org].

PETTER, Lafayete Josué. **Princípios constitucionais da ordem econômica. O significado e o alcance do art. 170 da Constituição Federal**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2005.

SANTIAGO, Mariana Ribeiro. **O princípio da função social do contrato**. Curitiba: Editora Juruá, 2006.

SEBOK, Roberto T. **Como preparar-se para o mundo unido do novo milênio**. São Paulo: Editora STS, 1999.