



Escola de Ciências Sociais e Humanas  
Departamento de Economia Política

# A Responsabilidade Social das Empresas e o seu Impacto

Isabel Maria Garcia Alves Pereira

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Direito das Empresas

Orientador:

António Henrique Barbosa Pereira de Almeida, Professor Catedrático,

ISCTE-IUL

setembro, 2016



Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Economia Política

# A Responsabilidade Social das Empresas e o seu Impacto

Isabel Maria Garcia Alves Pereira

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Direito das Empresas

Orientador:

António Henrique Barbosa Pereira de Almeida, Professor Catedrático,

ISCTE-IUL

setembro, 2016

## AGRADECIMENTOS

Ainda que uma dissertação seja um trabalho individual, a realização da mesma contou com a colaboração de muitos amigos, familiares e colegas. Assim, e ainda que correndo o risco de ser injusta, por esquecimento, não poderei deixar de realçar a importância que determinadas pessoas tiveram nesta fase tão importante:

Em primeiro lugar os meus pais, Maria Amália Fernandes Garcia e Vítor José Alves Pereira, por serem um exemplo de coragem e determinação, pela motivação que me transmitiram ao longo da vida e por me inspirarem sempre quando precisei.

Aos meus irmãos, Maria Garcia Alves Pereira e José Maria Garcia Alves Pereira, pelo incentivo, em especial à minha irmã pelas noites passadas a elaborar a tese e todos os seus preciosos conselhos.

A todos os meus amigos que me acompanharam ao longo desta fase, em especial, Inês Silva Duarte, André Miguel de Almeida Xavier e Ana Catarina Paiva Domingos, sem eles com certeza não teria terminado a minha dissertação.

Ao Senhor Professor António Henrique Barbosa Pereira de Almeida, pela orientação na dissertação, pela disponibilidade revelada ao longo da elaboração da mesma e pelas sugestões que tanto contribuíram para o resultado.

Ao Senhor Professor António Manuel Pita, não só pelas críticas no início da elaboração da tese como também pela disponibilidade em apresentar-me ferramentas ao longo da realização da dissertação.

Por último mas não menos importante, à Marinha Portuguesa, em especial ao meu Chefe, Primeiro Tenente Santos Querido, por toda a sua compreensão e ótima chefia que tanto contribui para eu conseguir terminar a dissertação dentro do tempo.

## **ABREVIATURAS**

RSE	Responsabilidade Social das Empresas
CVC	Criação de valor compartilhado
CSC	Código das Sociedades Comerciais
CC	Código Civil
PME	Pequenas e Médias Empresas

## RESUMO

A RSE é um tema já em estudo nos últimos anos, no entanto, só com o avanço na globalização e o aumento da competitividade empresarial é que as empresas se sensibilizaram para o conceito estudando e construindo-o.

A partir dos anos 90 emerge a boa reputação das empresas associada à RSE.

Atualmente, as empresas vêm a sua missão para lá da obtenção do lucro, cada vez mais impelidas de fazer mais e melhor pela sociedade, sentindo-se como verdadeiras responsáveis pela sustentabilidade social e ambiental.

Ainda que a primeira preocupação seja a obtenção de lucro, as empresas podem, paralelamente, contribuir para o cumprimento de objetivos sociais e ambientais mediante a integração da responsabilidade social, enquanto investimento estratégico.

Existe também uma maior preocupação, por parte de quem investe, em não financiar empresas que, por exemplo, exploram muito a mão-de-obra. Para tal, há os “fundos éticos”, com que as pessoas cada vez mais se preocupam.

Neste sentido, a RSE pode desempenhar, também um papel de lealdade entre os clientes e a marca, assente em valores e princípios éticos. A ética e a RSE foram fortemente incorporadas nas práticas de gestão devendo-se à sociedade dos dias de hoje.

Em Portugal, a questão da RSE está a ganhar relevância e para isso muito contribuiu o artigo 64.º/1, b) do CSC, uma vez que realça a necessidade de a sociedade ter em conta os interesses dos *stakeholders*, na ótica dos deveres dos administradores.

Por sua vez, "Direito Proactivo" surge como encorajador das sociedades em adotar práticas socialmente responsáveis.

**Palavras-chave:** RSE; globalização; aumento da competitividade empresarial; lucro; sustentabilidade social e ambiental; ética; sociedade.

## ABSTRACT

CSR (Corporate Social Responsibility) is a topic that has been studied in recent years but, only with the increase in globalization and business competitiveness and its consequences, companies have now become aware of the importance of CSR and the ways in which to implement it.

From the 90's onwards, we can see an emergence of more and more companies associated with CSR and therefore, with overall better reputations.

Actually, these companies see their missions as beyond just obtaining profit, and find themselves increasingly driven to do more and better for society and demonstrating their responsibility to social and environmental sustainability.

Though the primary concern is to make a profit, companies, can at the same time contribute to social and environmental objectives, through integrating corporate social responsibility as a strategic investment.

There is also a major concern by those who invest not to fund companies that, for example, exploit the very hand labor. To this end, the "ethical funds", with people increasingly care about.

In this sense, CSR may play an important and complementary role in consumer loyalty to their brand based on ethical principles. Both ethics and CSR have been largely incorporated in management practices in today's society.

In Portugal, the importance of CSR has been gaining in popularity and has contributed to the article 64/1 b) of the CSC, which stresses the need for society to take into account the interests of stakeholders from the perspective of directors' duties.

In turn, the "Proactive Law" has emerged encouraging companies to adopt socially responsible practices.

**Key-words:** CSR, globalization; increase in business competitiveness; profit; social and environmental sustainability; ethics; society.

## ÍNDICE

<b>I - Introdução</b> .....	1
<b>Capítulo I: Responsabilidade Social da Empresa e a sua evolução</b> .....	4
<b>Capítulo II: Aprofundamento do conceito de Responsabilidade Social das Empresas</b> .....	7
<b>Capítulo III: O impacto da Responsabilidade Social das Empresas na Sociedade</b> .....	11
<b>Capítulo IV: A Ética empresarial</b> .....	14
<b>1. Uma questão de Valores ou Interesses?</b> .....	14
<b>2. Conceito de Ética Empresarial</b> .....	15
<b>3. Marketing Social</b> .....	19
<b>Capítulo V: Fundos Éticos</b> .....	20
<b>1. Compensará investir de forma socialmente responsável?</b> .....	21
<b>2. Os Fundos de Empreendedorismo Social</b> .....	21
<b>3. Um novo conceito de lucro</b> .....	22
<b>Capítulo VI: O impacto do comportamento do consumidor</b> .....	24
<b>Capítulo VII: A RSE através da aplicação do Direito</b> .....	26
<b>1. A Relação entre o Interesse Social e a RSE</b> .....	26
<b>2. O Interesse Social e o Interesse dos Stakeholders?</b> .....	30
<b>3. Razões da integração da RSE no Direito</b> .....	32
<b>4. Paradoxo entre o Direito e a RSE</b> .....	33
<b>5. O Papel do Direito na RSE</b> .....	33
<b>6. A receção pelo direito Português da RSE</b> .....	35
<b>III. Conclusão</b> .....	38
<b>IV. Bibliografia</b> .....	41
<b>V. Sites consultados</b> .....	43

## I - Introdução

A principal função de uma empresa consiste em criar valor através da produção de bens e serviços, gerando assim lucro para os seus proprietários e bem-estar para a sociedade, através de criação de emprego.

Novas pressões sociais, a globalização e questões políticas conduziram a uma alteração da valorização dos princípios e da própria missão da empresa. Assumindo hoje, a RSE um papel fundamental na sociedade, na medida em que começa a ser um tema abordado nos assuntos políticos nacionais, europeus e até mundiais.

Atualmente as empresas exercem não só a função económica, passando a ter também uma dimensão social e ambiental.

Perante numa economia cada vez mais dinâmica, competitiva e como forma de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos, urge elucidar para melhores práticas no que diz respeito à aprendizagem ao longo da vida, à igualdade de oportunidades, à inclusão social e ao desenvolvimento sustentável.

A RSE é um tema já em estudo nos últimos anos, no entanto, só com o avanço na globalização, o aumento da competitividade empresarial e as suas consequências é que as empresas se sensibilizaram para o conceito estudando e construindo-o.

No sector empresarial, a RSE deverá ser tida em conta como um ato de gestão, fazendo parte da sua atividade normal.

Neste sentido, procurar-se-á apresentar de forma clara e explícita o conceito de RSE, as suas diferentes teorias, quando surgiu, qual a sua evolução e o seu impacto no Direito.

A RSE trata por um lado, de atribuir às empresas sensibilidade para “olharem” para o desenvolvimento do capital social e ao mesmo tempo, maximizar uma “imagem positiva” junto dos consumidores, conciliando sempre com uma economia mais ecológica e tendo sempre presente as preocupações éticas.

A RSE surge também como um desafio de combate à exclusão social, assumindo-se como um modelo de regulação e gestão empresarial, na medida em que coloca os *stakeholders* e o ambiente com o mesmo grau de importância dos resultados estritamente económicos, prosseguindo assim um modelo de desenvolvimento sustentável.



Ainda que as políticas empresariais de RSE traduzam-se em compromissos voluntários assumidos pelas organizações e efetivados por recurso a mecanismos de “*soft law*”, cruzam-se com áreas como o Direito do Trabalho, da Regulação Social e do Direito do Ambiente.

Paralelamente será interessante verificar se as empresas que não forem socialmente responsáveis irão perder, ou seja, será relevante verificar se a utilização de boas práticas empresariais de responsabilidade social tenderão a ter maiores lucros. Nesse sentido, verificar-se-á se a própria população está sensível a esse tema e se se ao comprarem um produto estão só preocupados com o preço final ou se são sensíveis ao processo de formação. Teremos como desafio compreender a relação existente entre a RSE e o comportamento do consumidor, isto é, apurar qual o impacto e influência da RSE nas escolhas e decisões de compra dos consumidores.<sup>1</sup> No fundo um dos desafios da presente dissertação será avaliar a relação existente entre o lucro e a RSE.

No entanto, será diferente a aplicação de RSE para uma PME ou para uma grande empresa. Pois como refere Mendes (2007) na sua dissertação no que diz respeito às PME,

O investimento neste tipo de políticas de RSE assume valores de que dificilmente podem dispor, por outro, dado que o impacto da sua aplicação não pode avaliar-se em termos de projecção de imagem externa, que não detêm, quer pela pequena dimensão dos negócios que desenvolvem, quer pela fraca longevidade das mesmas, decorrente da precariedade e dependência dos contactos de negócio com organizações de maior dimensão, o impacto da RSE não é considerada suficientemente importante para o desenvolvimento das suas actividades. Pelo que, ao nível de PME, os benefícios de adopção de políticas de RSE deve perspectivar-se noutros termos, em função das suas especificidades e de acordo com as contingências dos mercados em que desenvolvem a actividade.<sup>2</sup> [SIC]

Porém,

A aplicação generalizada pelas PME, incluindo as microempresas, é de importância capital, uma vez que elas são os maiores contribuintes para a economia e o emprego. Se bem que inúmeras PME assumam já a sua responsabilidade social, designadamente através de um empenho a nível local, a prossecução das iniciativas de sensibilização e de apoio à difusão de boas práticas poderá contribuir para uma maior divulgação do conceito. As cooperativas de trabalhadores e os

---

<sup>1</sup> Moreira, Francisco (2014), “*Responsabilidade Social das Empresas: O impacto na decisão e comportamento de compra do consumidor*”, Dissertação;

<sup>2</sup> Mendes, Maria Pereira da Silva Velez, (2007) “*A responsabilidade Social da Empresa no Quadro da Regulação Europeia*”, Dissertação.

regimes de participação, bem como outras empresas de tipo cooperativo, mutualista e associativo, integram na sua estrutura os interesses de outras partes e assumem espontaneamente responsabilidades sociais e civis.<sup>3</sup>

Conjuntamente, procuraremos relacionar a RSE com a ética. Isto porque atualmente a questão da ética passou a ser uma exigência e não uma opção, pois cada vez mais as empresas são julgadas pela sociedade em termos éticos. A sua avaliação já não depende só dos lucros que a empresa venha a gerar mas também os produtos e serviços utilizados, a forma como a empresa produz, quem são os seus trabalhadores, como se relacionam, entre outros fatores.

Após ser estudado e avaliado o conceito de ética empresarial e compreender a sua importância, esperamos ser capazes de responder à questão de se estamos perante uma verdadeira responsabilidade.

Por fim, será importante refletir que não descartando do principal objetivo de uma empresa - o lucro - as empresas não deverão descurar a atenção nos recursos humanos, na comunidade em que se inserem e com a qual interagem ao longo de toda a sua cadeia produtiva.

Por fim, e levantando um pouco o véu relativamente à definição do conceito de RSE, de acordo com a definição encontrada no livro verde (2011)<sup>4</sup>,

A responsabilidade social das empresas é, essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Numa altura em que a União Europeia procura identificar os seus valores comuns através da adopção de uma Carta dos Direitos Fundamentais, são cada vez mais numerosas as empresas europeias que reconhecem de forma gradualmente mais explícita a responsabilidade social que lhes cabe, considerando-a como parte da sua identidade. Esta responsabilidade manifesta-se em relação aos trabalhadores e, mais genericamente, em relação a todas as partes interessadas afectadas pela empresa e que, por seu turno, podem influenciar os seus resultados. [SIC]

---

<sup>3</sup> Livro Verde, (2001) *Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*, Bruxelas;

<sup>4</sup> *ibidem*.

## Capítulo I: Responsabilidade Social da Empresa e a sua evolução

Já nos séculos XVIII e XIX era possível encontrar acções colectivas de carácter criativo que envolviam o Estado e o empresariado e que visavam sobretudo reduzir situações de pobreza e antagonismo dela decorrentes. Nesta época, a intervenção social empresarial expressava-se através da caridade pontual de beneméritos como forma de governar a miséria.<sup>5</sup> [SIC]

É a partir do século XIX que começamos a encontrar acções, pontuais, que envolvem o Estado e as empresas com o objetivo de reduzir a pobreza e todas as diferenças que daí decorriam. Os empresários da altura preocupavam-se, pontualmente, com os seus colaboradores e como torná-los mais competitivos. Não se sabendo se as motivações seriam económicas ou sociais.<sup>6</sup> [SIC]

Nesta época, e conforme o discurso da Igreja Católica,

O problema da pobreza era encarado como algo degradante, conduzindo a atitudes de piedade e caridade. Neste período, a filantropia fundamentava-se na beneficência individual e no pressuposto de que a ajuda aos pobres deveria advir da iniciativa particular, inspirada por motivações mais elevadas do que as que movem a assistência estatal.<sup>7</sup> [SIC]

Entre 1918 e 1929 começa-se a verificar uma maior sensibilização no que diz respeito à missão das empresas relativamente à sociedade. Surgindo assim novas formas de interação entre os empresários e os trabalhadores.

A partir dos anos 30 do século XX começamos a entrar numa nova era do conceito de responsabilidade social da empresa, doravante designado por RSE, derivado de mutações tanto na vida económica como social. No plano económico, estávamos perante novos desafios concorrenciais, que consequentemente exigiam maior competitividade, tanto a nível tecnológico como em termos de eficiência organizacional, de exigência de recursos humanos qualificados e consequentemente uma maior sensibilização corporativa.

---

<sup>5</sup> Costa, Maria Alice Nunes; Maria João Santos; Fernando Miguel Seabra; Fátima Jorge: *Responsabilidade Social, uma visão Ibero Americana*, (2011) Almedina, pp. 15-22;

<sup>6</sup> ARCHIE B. CARROLL, *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility, A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices*, (2008) Oxford, Oxford University Press, p.20;

<sup>7</sup> Costa, Maria Alice Nunes; Maria João Santos; Fernando Miguel Seabra; Fátima Jorge: *Responsabilidade Social, uma visão Ibero Americana*, (2011) Almedina, pp. 15-22.

Após a 2ª Guerra Mundial as empresas passam a ter como missão não só o lucro mas também a preocupação com o bem-estar.

Ainda assim, a década de 50 e 60, foi marcada como uma década de desejos mas não de aplicação prática.

A partir da década dos anos 80, preocupações ambientais, laborais, direitos do consumidor e a saúde começam a fazer parte da ordem do dia nas empresas. É neste década que se desenvolvem as teses dos *stakeholders*<sup>8</sup> e a ética empresarial.

A partir dos anos 90 emerge a boa reputação das empresas associada à RSE.

Atualmente, as empresas vêm a sua missão para lá da obtenção do lucro, cada vez mais impelidas de fazer mais e melhor pela sociedade, sentindo-se como verdadeiras responsáveis pela sustentabilidade social e ambiental.

No dias de hoje,

Tem predominado a concepção de que a vocação das empresas é gerar dividendos para investidores e accionistas, contribuir para o desenvolvimento económico, criar empregos e fornecer bens e serviços ao mercado. Nesta fórmula clássica, espera-se que as empresas, na consecução de suas actividades, cumpram com as exigências legais de pagamento de impostos e contribuições aos trabalhadores, evitem práticas de corrupção, suborno e mantenham uma conduta transparente e responsável pelos seus lucros.<sup>9</sup> [SIC]

Do ponto de vista dos consumidores e cidadãos, este aumento de responsabilidade social por parte das empresas é um caminho para um mundo mais justo e sustentável sendo que, as empresas serão sempre as primeiras responsáveis.

Este novo olhar possibilitou a tomada em consideração da empresa como um facto social, com dimensão própria que ultrapassa a ideia de locus central do capitalismo e, portanto, de conflito social e de exploração do trabalhador. A nova proposta procura explicar também a empresa

---

<sup>8</sup> *Stakeholders*: Ou partes interessadas, designa todas as entidades que afetam a atividade de uma empresa ou são afetados por ela (investidores, trabalhadores, parceiros comerciais, fornecedores, clientes, credores, comunidade local, associações de cidadãos, entidades reguladoras e o Governo);

<sup>9</sup> Costa, Maria Alice Nunes; Maria João Santos; Fernando Miguel Seabra; Fátima Jorge: *Responsabilidade Social, uma visão Ibero Americana*, (2011) Almedina, pp. 15-22;

como uma micro-comunidade, com autonomia e capaz de influenciar as representações e as estruturas sociais.<sup>10</sup> [SIC]

Assim sendo, e de acordo com a visão do economista Hodgson (1994), a empresa faz parte de uma rede vital de laços contratuais criadas por ela através das suas relações de mercado.

---

<sup>10</sup> Costa, Maria Alice Nunes; Maria João Santos; Fernando Miguel Seabra; Fátima Jorge: *Responsabilidade Social, uma visão Ibero Americana*, (2011) Almedina, pp. 15-22;

## Capítulo II: Aprofundamento do conceito de Responsabilidade Social das Empresas

Num mundo cada vez mais globalizado, questões como o ambiente, a saúde, os direitos dos trabalhadores, estão cada vez mais interligados e têm um maior impacto na sociedade. Surgindo assim a necessidade de existir um espírito empresarial responsável, ainda que essa responsabilidade só possa ser assumida pelos trabalhadores, consumidores e investidores, no seu próprio interesse, a verdade é que estes terão um papel decisivo no incentivo às empresas de forma adotarem práticas socialmente responsáveis no campo do trabalho, dos direitos humanos e do meio ambiente.<sup>11</sup>

Ainda que a principal função da empresa seja gerar lucro, a verdade é que, a emergência de novas pressões sociais levaram a modificações de valorização dos valores da atividade empresarial.

Na definição do Livro Verde "a RSE é a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interacção com outras partes interessadas"<sup>12</sup>.

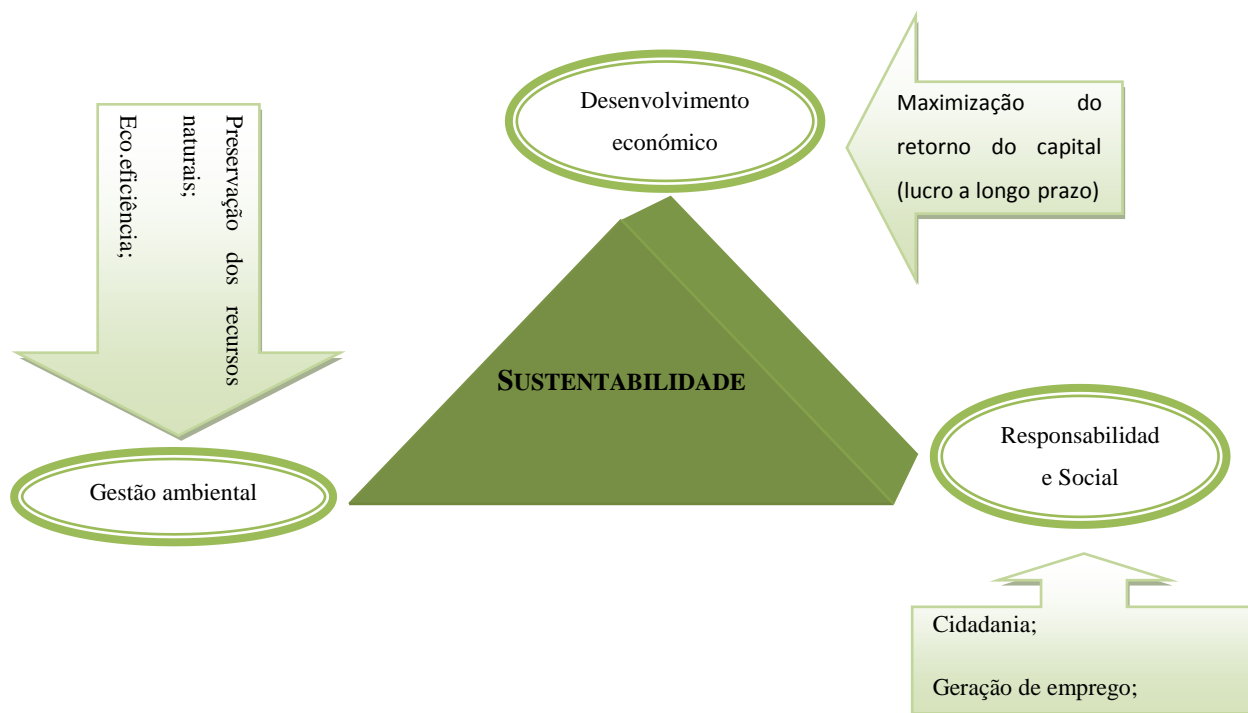
Quando nos referimos ao conceito de RSE devemos ter em conta três causas: ambientais, sociais e económicas - usando a expressão *Triple Bottom Line*:<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> GORETI MOTA E ALZIRA DINIS, Responsabilidade Social das Empresas: *Novo Modelo de Gestão para o Desenvolvimento Sustentável*;

<sup>12</sup> Cfr. ponto 20 do Livro verde "Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas", Comissão das Comunidades Europeias, Bruxelas;

<sup>13</sup> Esquema do conceito de Triple Bottom Line inspirado no site: [http://wwwapp.sistemafiergs.org.br/portal/page/portal/sfiergs\\_fiergs\\_coortec\\_codema\\_codema\\_inform\\_a/codema\\_informa/ata\\_codema\\_nov07\\_csustainability.pdf](http://wwwapp.sistemafiergs.org.br/portal/page/portal/sfiergs_fiergs_coortec_codema_codema_inform_a/codema_informa/ata_codema_nov07_csustainability.pdf).



Conforme refere (Magalhães, 2011), existem várias perspetivas no que diz respeito ao conceito de RSE.<sup>14</sup>

De acordo com as *teorias instrumentais*, as empresas serão consideradas como instrumentos de criação de riqueza, e nesse sentido, a RSE deverá ser utilizada única e exclusivamente nesse sentido. Na prática, a preocupação com a RSE leva a empresa a cobrar mais pelos seus produtos e serviços.

Já as *teorias políticas* defendem que a empresa enquanto interveniente na sociedade, assume a responsabilidade no campo da política, tendo como meio a RSE. Os defensores desta teoria afirmam que as empresas são verdadeiros centros de poder e de tomadas de decisões e que estas estão na base do relacionamento com os cidadãos.

Por outro lado, as *teorias integrativas*, defendem que o desenvolvimento de uma empresa depende da sociedade, de forma que, a RSE se assume como uma forma da empresa integrar as necessidades sociais nos seus processos. Isto é, as empresas nos seus processos de gestão deverão ter em conta as exigências e as necessidades da sociedade.

---

<sup>14</sup> Magalhães, Carla: *Responsabilidade Social uma Visão Ibero Americana: "Responsabilidade Social e Regulada no setor Metalomecânico Brasileiro e Português: Um estudo Comparativo e Cultural"*, (2011) p.88.

Por último, as *teorias éticas* têm como princípio que as empresas se relacionam com a sociedade através de valores éticos, sendo então a responsabilidade social uma obrigação ética. Neste sentido, a empresa é analisada segundo a sua conduta perante as questões económicas, sociais e ambientais. Desta forma, concluiu-se que a empresa deve então atuar perante a sociedade de forma completamente desinteressada.

Várias são as definições que se pode atribuir a RSE.

A abordagem mais comum foi, durante muitos anos, a filantropia<sup>15</sup>, que incluía maioritariamente doações monetárias.

Conforme refere Michael E. Porter, Mark R. Kramer, no seu texto sobre a CVC,

Grande parte do problema está nas empresas em si, que continuam presas a uma abordagem à geração de valor surgida nas últimas décadas e já ultrapassada. Continuam a ver a geração de valor de forma tacanha, otimizando o desempenho financeiro de curto prazo numa bolha e, ao mesmo tempo, ignorando as necessidades mais importantes do cliente e influências maiores que determinam seu sucesso a longo prazo. Só isso explica que ignorem o bem-estar de clientes, o esgotamento de recursos naturais vitais para sua atividade, a viabilidade de fornecedores cruciais ou problemas económicos das comunidades nas quais produzem e vendem. Só isso explica que achem que a mera transferência de atividades para lugares com salários cada vez menores seria uma “solução” sustentável para desafios de concorrência. O governo e a sociedade civil não raro exacerbam o problema ao tentar corrigir deficiências sociais à custa da empresa. Os supostos trade-offs entre eficiência económica e progresso social foram institucionalizados em décadas de políticas públicas (...). A solução está no princípio do valor compartilhado, que envolve a geração de valor económico de forma a criar também valor para a sociedade (com o enfrentar de suas necessidades e desafios). É preciso relacionar o sucesso da empresa ao progresso social. Valor compartilhado não é responsabilidade social, filantropia ou mesmo sustentabilidade, mas uma nova forma de obter sucesso económico. Não é algo na periferia daquilo que a empresa faz, mas no centro. E, a nosso ver, pode desencadear a próxima grande transformação no pensamento administrativo. [SIC]

---

<sup>15</sup> **Filantropia** vem do grego *φίλος* (amor) e *άνθρωπος* (homem), e significa "amor à humanidade". Os donativos a organizações humanitárias, pessoas, comunidades, ou o trabalho para ajudar os demais, direta ou através de organizações não governamentais sem fins lucrativos, assim como o trabalho voluntário para apoiar instituições que têm o propósito específico de ajudar os seres vivos e melhorar as suas vidas, são considerados atos filantrópicos. Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Filantropia>.



A CVC tem como base a ideia de que o sucesso empresarial é desencadeado pelo bem-estar social e que uma empresa precisa de mão-de-obra, sustentável, educada e de uma governação apta a competir eficazmente.

Ainda outra definição de RSE, prende-se com o conceito de Empreendedorismo Social, ou seja, os valores de base dos trabalhadores para além dos económicos e governamentais, são os valores sociais e pessoais. Com isso, a empresa reconhecerá os problemas sociais e utilizará o empreendedorismo para resolvê-los.

Por fim, a RSE pode desempenhar, também um papel de lealdade entre os clientes e a marca, normalmente assente em valores e princípios éticos (são construídos valores éticos que dão à empresa maior credibilidade e integridade nas suas práticas). Por exemplo, as empresas do setor de cosmético investem cada vez mais em projetos de preservação ambiental. Por meio de fundações e parcerias, elas dão o exemplo tanto na fabricação quanto no marketing dos produtos. Um exemplo disso é a empresa FM GROUP Espanha e Portugal criada em 2007, em Barcelona, onde até agora funciona a sua sede oficial. Forma parte do FM GROUP World, uma empresa internacional dedicada à comercialização de perfumes, produtos de perfumaria, cosméticos, produtos para o cuidado do lar e café. Atualmente os produtos FM GROUP são conhecidos e apreciados em dezenas de países dos seis continentes. A FM GROUP oferece uma linha de perfumes e cosmética desenhada e fabricada unicamente na Europa. FM GROUP World, de acordo com os princípios de responsabilidade social opõe-se firmemente aos atos de testar os cosméticos em animais ou o tratamento desumano. Os produtos finais do FM GROUP não são e nunca foram testados em animais.<sup>16</sup>

Na verdade, e como refere Cláudia e Eduardo Simões (Simões, 2011)), a atenção crescente dada à RSE pelos administradores e gestores ainda que direcionada à obtenção de benefícios às organizações, numa época de desconfiança das empresas, não deixa de ser uma boa estratégia para manter a boa imagem e reputação.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup>[http://www.fmgroupt.es/pt/4-fm\\_group\\_espanha\\_e\\_portugal/6-sobre\\_a\\_empresa.html](http://www.fmgroupt.es/pt/4-fm_group_espanha_e_portugal/6-sobre_a_empresa.html);

<sup>17</sup> Simões, Cláudia e Eduardo Simões, *Responsabilidade Social Uma visão ibero Americana: "Da Responsabilidade Social à Ética dos indivíduos"*, (2011) Almedina, p.153.

### Capítulo III: O impacto da Responsabilidade Social das Empresas na Sociedade

Atualmente "é preciso que a empresa privada seja contextualizada na realidade social do país"<sup>18</sup> e que a sua participação na sociedade se verifique quando assume responsabilidades.

As empresas, hoje em dia, são organismos de múltiplo objetivo, ou seja, têm um desempenho económico, social e ambiental. A obtenção do lucro cada vez tem menos espaço na missão da empresa, ganhando espaço no mundo empresarial a atuação socialmente responsável. Como refere Carlos Reis e Luiz Medeiros (Reis e Medeiros, 2009),

A existência de uma consciência empresarial responsável é fundamental para que haja possibilidade de ajuste de todos no processo de desenvolvimento, objetivando a preservação do meio ambiente, do património cultural, a promoção dos direitos humanos e a construção de uma sociedade economicamente próspera e socialmente justa<sup>19</sup>. [SIC]

A partir da década de 80 e, em particular, após Portugal ter integrado na Comunidade Europeia, a ação social da empresa passou a ser incentivada pelo Decreto-Lei n.º 258/86 que direcionava um conjunto de benefícios fiscais para as empresas que contribuíssem para atividades de interesse social.

Em 1999 a mesma Lei foi ampliada (Lei n.º 74/99, de 16 de março) para outros setores passando a integrar como incentivos fiscais às empresas que efetuassem donativos a entidades privadas ou públicas que tivessem como sua atividade áreas sociais, culturais, ambientais, desportivas.

Mas a adoção da RSE no nosso País está, acima de tudo relacionada com o Livro Verde da Comissão Europeia de 18 de julho de 2001.

Percebendo-se, desta forma, que a relevância da questão da RSE é relativamente recente em Portugal, só se verificando agora maior organização e participação do voluntariado empresarial.

---

<sup>18</sup> Flávia Camilli Oliveira, Anna, *"Responsabilidade social empresarial e diminuição das desigualdades Sociais"*;

<sup>19</sup> Reis, Carlos Nelson dos e Luiz Edgard Medeiros, *"Responsabilidade Social das empresas e balanço social: os meios propulsores do desenvolvimento económico e social"*, (2009) 1ª edição, São Paulo: Atlas, p.1.

São vários os motivos que levam as empresas a adotarem práticas de RSE, entre elas, podemos referir algumas que também estão presente no livro verde (2011):

- Novas preocupações e expectativas dos cidadãos, consumidores, autoridades públicas e investidores num contexto de globalização e de mutação industrial em larga escala,
- Critérios sociais que possuem uma influência crescente sobre as decisões individuais ou institucionais de investimento, tanto na qualidade de consumidores como de investidores,
- A preocupação crescente face aos danos provocados no meio ambiente pelas atividades económicas,
- A transparência gerada nas atividades empresariais pelos meios de comunicação social e pelas modernas tecnologias da informação e da comunicação.

Conforme podemos verificar no livro verde, as sociedades confrontadas com os desafios “de um meio em mutação no âmbito da globalização e, em particular, do mercado interno, as próprias empresas vão também tomando consciência de que a sua responsabilidade social é passível de se revestir de um valor económico direto.”

Ainda que a primeira preocupação seja a obtenção de lucro, as empresas podem, paralelamente, contribuir para,

O cumprimento de objetivos sociais e ambientais mediante a integração da responsabilidade social, enquanto investimento estratégico, no núcleo da sua estratégia empresarial, nos seus instrumentos de gestão e nas suas operações. Dado que a responsabilidade social é um processo pelo qual as empresas gerem as suas relações com uma série de partes interessadas que podem influenciar efectivamente o seu livre funcionamento, a motivação comercial torna-se evidente. Assim, à semelhança da gestão da qualidade, a responsabilidade social de uma empresa deve ser considerada como um investimento, e não como um encargo. Através dela, é possível adoptar uma abordagem inclusiva do ponto de vista financeiro, comercial e social, conducente a uma estratégia a longo prazo que minimize os riscos decorrentes de incógnitas. As empresas deverão assumir uma responsabilidade social tanto na Europa como fora dela, aplicando o princípio ao longo de toda a sua cadeia de produção.<sup>20</sup> [SIC]

---

<sup>20</sup> Livro Verde, (2001) *Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*, Bruxelas;

Em termos de impacto a nível europeu, o desafio reside em identificar de que forma é que a RSE pode contribuir para uma

Economia dinâmica, competitiva, coesiva e baseada no conhecimento. O Conselho Europeu de Lisboa formulou um apelo especial ao sentido de responsabilidade social das empresas no que toca às melhores práticas em matéria de aprendizagem ao longo da vida, organização do trabalho, igualdade de oportunidades, inclusão social e desenvolvimento sustentável.<sup>21</sup>

Em termos internacionais,

Através das políticas comerciais e de cooperação para o desenvolvimento, a União Europeia participa directamente em questões relacionadas com o comportamento dos mercados.

Uma abordagem europeia da responsabilidade social das empresas deverá reflectir, bem como integrar, o contexto mais lato de diversas iniciativas, tais como a UN Global Compact (2000), a Tripartite Declaration on Multinational Enterprises and Social Policy (Declaração Tripartida sobre as Empresas Multinacionais e a Política Social) da OIT - 1998), as Guidelines for Multinational Enterprises (Orientações para as Empresas Multinacionais - 2000) da OCDE.<sup>22</sup>

[SIC]

Ainda que estejamos a falar de iniciativas não vinculativas do ponto de vista jurídico, as orientações da OCDE, como se encontra referido no Livro Verde, beneficiam do compromisso por parte dos governos que as subscreveram. “O cumprimento das normas fundamentais da OIT (liberdade de associação, igualdade, abolição do trabalho forçado e erradicação do trabalho infantil) é um aspeto nuclear da responsabilidade social das empresas, pelo que se deverá reforçar o acompanhamento da aplicação dessas normas.”

---

<sup>21</sup> Livro Verde (2001);

<sup>22</sup> Ibidem.

## Capítulo IV: A Ética empresarial

### 1. Uma questão de Valores ou Interesses?

De acordo com Zairo B. Cheibub e Richard M. Locke, uma questão pertinente a ser colocada é a "se temos algum fundamento ético, moral ou político para reivindicarmos que empresas e empresários assumam responsabilidades que vão além das suas obrigações legais e/ou de seus interesses económicos imediatos?"<sup>23</sup> Podemos louvar atos filantrópicos e de responsabilidade empresarial, podemos até mesmo incentivá-los, mas na verdade, não temos o direito de esperar que os empresários e empresas sejam obrigados a praticar esses atos?

A RSE é uma questão de interesse económico empresarial e não uma questão moral e nesse sentido, as empresas deverão ter responsabilidade social apenas quando for do seu interesse, ou seja, do interesse do negócio e isso lhe trazer benefícios para a sua atividade.

Ações como apoio a projetos sociais, normas de relacionamento com os seus clientes/consumidores que ultrapassem as obrigações previstas e que expressem RSE assumida de forma voluntária pela empresa, são atos bons não só para a empresa como também para a sociedade. No entanto, estes são feitos porque trazem benefícios para a empresa.

Porém, não podemos deixar de sustentar que empresas que promovem ações socialmente responsáveis, ainda que não seja do seu exclusivo interesse, será do seu interesse a longo prazo.<sup>24</sup> Ou seja, uma empresa que defina uma atividade que fortaleça a sociedade civil, tornando-a mais densa e articulada contribuirá para uma sociedade mais ágil, diversificada e desenvolvida. Todos estes atos terão benefícios para ação empresarial, pois uma sociedade fraca, frágil e pouco desenvolvida nunca será bom para uma empresa.

Podemos assim defender que uma empresa socialmente responsável é uma "boa-empregadora", isto é, assegura a prevalência da justiça nas relações de trabalho que têm lugar no seu interior.

---

<sup>23</sup> ZAIRO B. CHEIBUS E RICHARD M. LOCKE, *"Valores ou Interesses? Reflexões sobre a responsabilidade social das empresas"*;

<sup>24</sup> *ibidem*, p. 10.

## 2. Conceito de Ética Empresarial

Desde que surgiu a controversa da relação entre ética, empresas e sociedade que a produção de doutrina nessa mesma área apareceu em três tipos de abordagens distintas: a *Business Ethics*; a *Business & Society*; e a *Social Issues Management*.<sup>25</sup>

De acordo com Kreitlon (2004) estas três formas de pensar indicadas *supra*, partem de princípios bem diferentes,

A escola da Ética Empresarial (Business Ethics), enquanto ramo da ética aplicada, propõe um tratamento de cunho filosófico, normativo, centrado em valores e em julgamentos morais, ao passo que a corrente que poderíamos chamar de Mercado e Sociedade (Business & Society) adota uma perspectiva sociopolítica, e sugere uma abordagem contratual aos problemas entre empresas e sociedade. Por fim, a escola da Gestão de Questões Sociais (Social Issues Management) é de natureza nitidamente utilitária, e trata os problemas sociais como variáveis a serem consideradas no âmbito da gestão estratégica.<sup>26</sup>

A ética empresarial pode ser entendida como um elemento que, de certa forma, assegura a reputação e, conseqüentemente, um fator importante de sobrevivência das empresas.

Citando o instituto Ethos, na obra de Nogueira (2012)<sup>27</sup>,

Não adianta uma empresa, por um lado, pagar mal aos seus funcionários, corromper a área de compras dos seus clientes, pagar a fiscais do Governo e, por outro lado, desenvolver programas junto de entidades sociais da comunidade. Essa postura não condiz com uma empresa que quer seguir um caminho de responsabilidade social. É importante seguir uma linha de coerência entre a acção e o discurso. [SIC]

Atualmente, as empresas têm um poder nas sociedades em que se inserem no sentido de influenciar na qualidade de vida dos cidadãos, no desenvolvimento tecnológico, costumes, etc. Tendo, conseqüentemente, como responsabilidades: o lucro, a aplicação das leis, preocupação com o meu ambiente, entre outros.

Como refere Faustino (2007)<sup>28</sup> a ética e a RSE foram fortemente incorporadas nas práticas de gestão devendo-se à sociedade dos dias de hoje, cada vez mais exigente em relação à

---

<sup>25</sup> Kreitlon, Maria Priscilla, *A Ética nas Relações entre Empresas e Sociedade: Fundamentos Teóricos da Responsabilidade Social Empresari*, (2004) XXVIII ENANPAD, Curitiba, p.1;

<sup>26</sup> *ibidem*;

<sup>27</sup> Nogueira, Ellis Regina Reis, (2012) *Responsabilidade Social das Empresas: Passado versus Actualidade*, dissertação em Economia Social e Solidária, p.22.

integridade dos comportamentos organizacionais. Este comportamento atual da sociedade deve-se à situação atual de precariedade de trabalho, crise económica, entre outros. Consequentemente, as empresas têm respondido com algumas ações, entre elas: criação de departamento de RSE, códigos éticos, políticas ambientais e de desenvolvimento sustentável.

Para compreender de uma forma mais profunda a RSE, torna-se necessário recorrer à ajuda da ética, que trata as teorias que a envolvem.

Neste sentido, será interessante verificar como os Estados e as empresas vêm-se comportando face ao novo modelo de RSE e o seu papel como impulsionador dentro do próprio território, estimulando, assim, a proatividade da esfera privada das empresas.

De acordo com o artigo publicado por Souza (2011)<sup>29</sup>, no passado a obtenção do lucro era a única preocupação e nada mais era exigido às empresas. Com a globalização, assistimos a uma relativização do poder dos Estados soberanos e, paralelamente, a um aumento do impacto das empresas no âmbito da política e da sociedade, deparando-nos com uma delegação de poder do Estado entre as empresas e a sociedade civil.

Perante este cenário, as empresas já não podem atuar nem desenvolver as suas atividades sem estabelecer um diálogo com a sociedade. É neste panorama, que surge a RSE e consequentemente a necessidade de criação de uma relação de confiança e de diálogo entre a relação empresarial. Como desfecho temos a ética empresarial a atender por um lado, "à forma de funcionamento desse crescente ganho de atribuições da empresa e a cobrança de maior atuação em prol do interesse social frente à redução de capacidade de o Estado arcar com todas essas funções frente ao processo de globalização e as suas consequências"<sup>30</sup> e, ao mesmo tempo, "a necessidade de criação de mecanismos jurídicos para suprir as lacunas existentes, resolver os conflitos e ainda dar meios de ação à sociedade civil para agir em resposta a esses conflitos"

Conforme a autora *supra*, a partir da segunda metade do século XX "a confiança converte-se" num valor empresarial, levando as empresas "a pensar em resultados mediatos e considerando

---

<sup>28</sup> Autor referido na obra indicada *supra*;

<sup>29</sup> de Souza, Sharon Cristine Ferreira *Responsabilidade Social Uma visão ibero Americana: "O Papel do Direito no controle das políticas públicas de incentivo às empresas socialmente responsáveis: Por uma Lei de responsabilidade social"*, (2011) Almedina, p.634 -642 .

<sup>30</sup> *Ibidem*, p.634 -642.

que as suas ações deveriam ser pensadas tendo em vista o futuro e as suas decisões passíveis de responsabilização".

Esta nova visão,

Trouxe um padrão ao qual todas as empresas deveriam enquadrar-se, sob pena de perder competitividade perante o mercado. Quanto mais próxima dos valores éticos, mais se avizinham os bons resultados, pois, agindo eticamente adquirem a confiança do público, o que gera contrapartida em resultados economicamente rentáveis. A empresa precisa legitimar sua existência e, mediante a confiança do consumidor, fazendo-o preferir a sua empresa não somente pela eficiência de seus serviços mas pela crença de compartilhamento dos mesmos valores morais. (...) Podendo-se entender que as empresas são tão responsáveis quanto o são os indivíduos.<sup>31</sup> [SIC]

Afirmando-se que há uma "cultura empresarial" que conduz a um código de conduta, na qual as empresas "transcendem suas funções económicas para comportarem-se de acordo com elementos éticos comuns a vários âmbitos da vida social".<sup>32</sup>

Atualmente, a sociedade exige, cada vez mais, uma consciência moral na vida das empresas, por forma a estas adotarem condutas mais morais.

De acordo com o expresso *supra*, e somando a ideia de menor intervenção do Estado no mercado, não só a atividade económica ganha espaço como também influencia decisões estatais.

Toda esta exigência por parte da sociedade mais não é que exigir responsabilidade por parte das empresas, pela sua atuação, impondo a estas, um código de conduta que proteja valores semelhantes aos da sociedade.

Podendo desta forma, ainda que correndo o risco de poder ser um pouco imaturo, afirmar que as empresas orientam a sua conduta em razão da imagem negativa que não querem apresentar, e neste sentido não poderemos deixar de referir o marketing social.

Mas, será essa a sua única motivação? De acordo com Adela Cortina<sup>33</sup>, a respeito do *marketing* social:

---

<sup>31</sup> Ibidem, p.634 -642;

<sup>32</sup> ibidem, p. 639.

<sup>33</sup> Cortina, Adela. *Ética Aplicada y democarcia radical*. (2001) 3 ed. Madrid: Editorial Tecnos, p. 279-284;



Resta a dúvida se todas as atitudes e mudanças que ocorrem no seio da empresa, caracterizando esse novo modelo de actividade empresarial segundo a ética de responsabilidade, não seriam unicamente um atractivo, um *marketing* para a empresa que não possui um compromisso moral com a sociedade, pretendo apenas a busca do lucro a qualquer preço. Mesmo que pareça uma "maquiagem", um engodo com o intuito de ludibriar o consumidor a adquirir os produtos de uma empresa que, em verdade, age consoante uma racionalidade instrumental de busca do lucro, não se pode olvidar a finalidade social que a actividade negocial possui. Destarte, existe sim uma ética da responsabilidade em razão das consequências das decisões tomadas, bem como a legitimação na obediência das finalidades relacionadas ao bem servir os consumidores, com os quais se estabelecem constantes mecanismos de comunicação. [SIC]<sup>34</sup>

Com isto, não se quer dizer, que se exija que as empresas deixem de buscar lucro e atuem, unicamente, por uma motivação ética. Diferente será dizer que, se poderá exigir uma actividade empresarial com valores sociais com a finalidade de se instituir um sentimento de confiança, sendo benéfico tanto para a sociedade, que conta com a atuação responsável das empresas, quanto para a empresa, que terá a contrapartida do que foi desenvolvido pelo *marketing* social.

Quando a atuação empresarial é determinada em razão de, p.e., receio por parte de uma aplicação de sanção ou, quando tenha em vista um qualquer benefício,

A empresa age de acordo com uma ética estratégica, pois a ação moral é determinada pelo dever e não por qualquer outro tipo de agente externo à razão. Portanto, defende-se que não é possível, com o paradigma de racionalidade instrumental ainda tão imiscuído no âmbito empresarial, conseguir estabelecer a concepção de uma ética exclusivamente determinada pela racionalidade comunicativa, que leva em conta todas as premissas que se verificaram acima. Deve-se entender que as empresas agem estrategicamente, pois essencialmente existem para buscar o lucro, utilizando, para tanto, mecanismos que potencializem a eficácia e a eficiência económica, actuando apenas secundariamente à melhoria dos meios sociais. [SIC]<sup>35</sup>

Por outro lado, e para que a RSE não tenha unicamente um sentido comercial, mostra-se necessário juntar ao marketing social normas jurídicas. Nesse sentido, o Estado "deve colocar em discussão e procurar formas de efetivar esses valores e objetivos importantes à sociedade, (...) realizada pela esfera privada por intermédio da responsabilidade social".

---

<sup>34</sup> de Souza, Sharon Cristine Ferreira *Responsabilidade Social Uma visão ibero Americana: "O Papel do Direito no controle das políticas públicas de incentivo às empresas socialmente responsáveis: Por uma Lei de responsabilidade social"*, (2011) Almedina, pp.634 -642;

<sup>35</sup> *ibidem*, pp. 634-642.

Isto significa que a mudança de racionalidade estratégica para a racionalidade comunicativa defendida por Habermas, teve influência não apenas no âmbito empresarial, mas também na transformação do indivíduo num ser humano mais reflexivo, mais consciente do seu papel e do papel dos demais membros e instituições da sociedade. Daí a ideia de concessão de benefícios às empresas que agem segundo a ética e responsabilidade sociais, uma vez que além de receber, em alguns casos, incentivos de ordem fiscal, creditícia entre outros tipos, em razão dos serviços públicos prestados, ainda lucram com a propaganda positiva no âmbito social, ganhando a confiança e credibilidade dos indivíduos.<sup>36</sup> [SIC].

Atualmente assistimos a uma crise de valores em que, conseqüentemente, o maior problema das empresas não serão os problemas tecnológicos mas sim éticos e sociais. Os administradores não se devem focar apenas na produção e no lucro. As empresas que se preocupem com questões sérias irão ver a sua imagem reforçada e, conseqüentemente um negócio mais seguro e sustentado, uma vez que a sociedade procura cada vez mais empresas que não busquem unicamente o lucro mas que também se preocupem com os meios para atingi-lo.

### **3. Marketing Social**

Como refere Nogueira (2012)<sup>37</sup>, existe diferenças entre responsabilidade social e uma mera ação de marketing pois, a RSE “exige que a preocupação social se inclua na estratégia empresarial, sendo por isso uma preocupação a longo prazo.”. Como afirma Nogueira (2012), existem empresas que investem em questões sociais, por forma a obterem um retorno em termos de imagem e, conseqüentemente económico.

No entanto, o marketing associado a questões sociais também poderá ter uma verdadeira preocupação com questões sociais e éticas – o marketing social – “desígnio, implementação e controle de programas que pretendem aumentar a aceitação de uma ideia social ou a sua prática por um ou mais grupos” (livro Mercator XXI, 2004).

---

<sup>36</sup> ibidem, pp.654 e 655;

<sup>37</sup> Nogueira, Ellis Regina Reis, (2012) *Responsabilidade Social das Empresas: Passado versus Actualidade*, dissertação em Economia Social e Solidária, p.24.

## Capítulo V: Fundos Éticos

“O conceito de investidor responsável deu origem a um novo tipo de fundos. Denominados, por vezes, de éticos, não são geridos unicamente por critérios financeiros e garantem aos investidores que determinadas empresas têm de cumprir um determinado conjunto de critérios.”<sup>38</sup> [SIC]

Atualmente assistimos a uma maior preocupação, por parte de quem investe, em não financiar empresas que, por exemplo, exploram muito a mão-de-obra ou que contribuem para o aumento do buraco na camada de ozono. Para tal, existem os “fundos éticos”, com que as pessoas cada vez mais se preocupam. Se antigamente não era frequente as pessoas pensarem nestas questões, nos dias de hoje, começam cada vez mais.

Os fundos éticos permitem fazer a seleção de investimentos de pessoas que têm a preocupação de não investir em fundos que tomam posições em empresas que utilizam explorações da mão-de-obra de países do Terceiro Mundo, em empresas que realizem testes dos seus produtos em animais, que contribuam para determinadas causas duvidosas.<sup>39</sup> [SIC]

Devemos ter presente que as pessoas não todas iguais, logo, com diferentes princípios e, conseqüentemente, com objetivos diferentes no que diz respeito aos fundos éticos. Assim, e conforme o artigo do Público referido *supra*, alguns investidores "podem querer evitar por o dinheiro em empresas que acreditam que fazem mal à sociedade"<sup>40</sup>. Outros Podem não investir numa determinada empresa devido à sua relação com determinados países, cuja conduta seja reprovável. Existe ainda estratégias diferentes para objetivos comuns, por exemplo, uma instituição que ajude os gestores dos fundos éticos a realizarem as suas opções. Este tipo de ajuda pode ser feito através de uma lista em que apresenta as aéreas de investimento que se consideram positivas (financiamento de causas nobres para a sociedade, preocupação com o meio ambiente, não testar produtos em animais) ou negativas (álcool, armamento, jogos), em termos éticos.

Os fundos éticos, regra geral, tomam posições maiores em empresas de pequena dimensão e média dimensão e menores em grandes empresas. Tendo em conta que as acções das empresas mais pequenas tem normalmente mais volatilidade do que as de maior dimensão, então o risco

---

<sup>38</sup> <https://www.deco.proteste.pt/investe/eticos-s225220.htm>;

<sup>39</sup> <http://www.publico.pt/noticias/jornal/fundos-eticos-desenvolvemse-nos-eua-e-reino-unido-154935> ;

<sup>40</sup> *ibidem*.

deste tipo de fundos deve ser considerado superior. No entanto, os investidores podem diminuir esse nível de risco se tiverem um horizonte temporal do investimento mais alargado.<sup>41</sup>

### **1. Compensará investir de forma socialmente responsável?**

Desde a crise financeira que o assunto sobre o investimento ético e RSE tem vindo a ter um impacto cada vez maior junto de grandes investidores não só para ganhar pontos junto do público-alvo, mas também para evitarem a ligação com empresas que venham a ficar mal reputadas no mercado, e acabem por perder valor.<sup>42</sup>

A forma como é encarada a política da RSE expandiu-se bastante nos últimos anos, de acordo com o artigo de Rui Barroso<sup>43</sup> só nos EUA, entre 2015 e 2014, o valor de activos correspondentes a bons princípios da RSE triplicou.

Com isto podemos chegar a uma rápida conclusão, investir de forma socialmente responsável não tem necessariamente de significar que não é lucrativo.

Por outro lado, não podemos deixar de verificar que este "boom" de fundos éticos muito se deve a estratégias de "marketing" e que por isso, temos que ter consciência que existe investimento em fundos éticos, por accionistas sem intenção de se regerem por esses princípios.

### **2. Os Fundos de Empreendedorismo Social**

De acordo com o afirmado pela Economista e fundadora da *SystemicSphere* Sofia Santos<sup>44</sup>,

Os fundos de empreendedorismo social já têm enquadramento legal em Portugal desde março de 2015. Ou seja, já é possível criarem-se fundos cujo objectivo não é maximizar o lucro, mas sim maximizar as "incidências sociais positivas" (...) Para muitos economistas e gestores estes conceitos não são racionais, pois o objectivo último de qualquer actividade económica privada é o lucro. No entanto, há agentes económicos que maximizam a sua utilidade sem que para isso maximizem o seu consumo ou lucro das empresas." [SIC].

---

<sup>41</sup> *ibidem*;

<sup>42</sup> <http://economico.sapo.pt/noticias/como-investir-com-etica-213429.htm>;

<sup>43</sup> Artigo de Rui Barroso: <http://economico.sapo.pt/noticias/como-investir-com-etica-213429.htm>;

<sup>44</sup> <http://www.ver.pt/fundos-de-empreendedorismo-devem-ser-fundos-de-investimento-responsavel/>

De acordo com a lei n.º 18/2015, de 4 de março, que aprovou o regime jurídico do capital de risco, do empreendedorismo social e do investimento especializado, os fundos de empreendedorismo social são fundos de capital de risco, se bem que com a atenção que os primeiros fundos não devem adotar estratégias de capital de risco.

Os Fundos de Empreendedorismo Social, como explica Sofia Santos estão associados a soluções adequadas para problemas sociais assim como incidências sociais quantificáveis e positivas.

Uma empresa social deverá ter como principal objetivo, ainda antes do lucro, ter uma incidência social, através da utilização dos lucros para atingir esse mesmo objetivo principal. Sendo sempre gerido de forma responsável e transparente.

Desta forma, é agora, mais simples de definir uma empresa social, como sendo aquela que tem como finalidade "*ajudar a resolver ou minimizar o impacto negativo que um problema social acarreta na sociedade*"<sup>45</sup>, o que implica "*que as suas atividades têm de ter uma incidência social positiva e quantificável (...)*", por exemplo, reintegrar pessoas anteriormente marginalizadas no mercado de trabalho, fornecendo emprego. Desta forma, e como afirma a Economista, a incidência positiva das empresas também se encontra na capacidade do objeto da empresa e das suas atividades abrangerem, por exemplo, normas e direitos relativos à qualidade de emprego ou a igualdade de tratamento e de oportunidade, e não discriminação.

### **3. Um novo conceito de lucro**

Como António Pinto Leite coloca a questão: "se avocação das empresas é gerar lucro, e assim deve ser, e se o lucro corresponde ao retorno financeiro dos capitais investidos, como compatibilizar o amor como critério de gestão e a generosidade que lhe está implícita, com a maximização desse retorno?"<sup>46</sup> E responde logo afirmando que "o que se dá não é generosidade, mas sim investimento". Acrescenta também que devemos ter a sensibilidade de perceber que o conceito -lucro- não tem de ser único e exclusivamente financeiro, o autor propõe:

Modificação genética do conceito de lucro - com uma "co-pertença" em simultâneo das esferas material e imaterial - o qual "compensa adequadamente aquele que investe o seu capital numa

---

<sup>45</sup><http://www.ver.pt/funos-de-empreendedorismo-devem-ser-fundos-de-investimento-responsavel/>

<sup>46</sup><http://www.ver.pt/os-mais-supreendentes-modelos-de-negocio-sao-aqueles-em-que-o-lucro-e-o-impacto-vivem-em-harmonia/>.

empresa, no quadro da definição de interesses e motivações que o próprio investidor tem e estabelece. [SIC]

Esta interpretação é uma forma de pensar que não se limita a gerar lucro apenas para os sócios mas também tem em conta os interesses de todos os *stakeholders*, contribuindo assim para "fins sociais alargados".

Não devemos esquecer que o lucro contribui de forma incontestável para o progresso da sociedade "desde a inovação e o desenvolvimento, à criação de emprego, aos investimentos em larga escala, ao desenvolvimento de capital humano, entre outros." São valores essenciais e que só serão alcançáveis através do lucro.

Sendo por isso que, tanto a forma de pensar que para as empresas a única coisa que é relevante é o lucro ou, o mais importante são os valores imateriais, são modelos de pensar limitados, levando-nos a nova abordagem do que é que será realmente "lucrativo" para uma empresa e para a sociedade. Como proposta, de acordo com o defendido pelo diretor da Mickinsey<sup>47</sup>,

As empresas deveriam passar a introduzir nas suas políticas, processos explícitos que assegurem que as questões sociais e as forças sociais emergentes sejam discutidas e asseguradas nos mais elevados níveis do planeamento estratégico, o que significa que os conselhos da administração devem ser educados e envolvidos para esta missão comum pelos gestores executivos. [SIC]

---

<sup>47</sup> *ibidem*.

## Capítulo VI: O impacto do comportamento do consumidor

Uma vez que a satisfação das necessidades dos consumidores é um dos principais objetivos das empresas, torna-se fundamental compreender as sensações, percepções e interpretações, em relação a um produto ou serviço, que são absorvidas e desenvolvidas pelo consumidor (Solomon, 2011). A compreensão e percepção do consumidor em relação à RSE podem também ser influenciadas por algumas importantes variáveis demográficas, tais como, a idade, o género, o rendimento, a localização geográfica, o estilo de vida, a classe social e a estrutura familiar (Solomon, 2009).<sup>48</sup>[SIC]

Na verdade, e como refere Moreira (2014), citando outros autores na sua dissertação, a consciência e o conhecimento dos consumidores, em relação à RSE, é essencial para conseguir compreender o comportamento dos mesmos. No entanto, podemos chegar à conclusão que a falta de conhecimento dos consumidores no que diz respeito às atividades de Responsabilidade Social constituem um obstáculo para as empresas desenvolverem estas mesmas atividades, e conseqüentemente retirar destas o maior número de benefícios. Dito isto, facilmente se pode compreender que para que a RSE seja um fator que influencie o comportamento do consumidor, é essencial que exista um conhecimento prévio em relação ao nível de responsabilidade social adotado pela empresa que oferece um bem ou serviço, conforme refere Mohr et al; 2001<sup>49</sup>.

Segundo os autores Becker-Olsen et al. (2006)<sup>50</sup>, tornou-se bastante comum as empresas recorrerem a iniciativas de responsabilidade social tendo como objetivo influenciar as escolhas e o comportamento dos consumidores, assim como também diferenciar as suas ofertas de produtos.

Como apresentou Andreasen (1995), autor citado por Moreira (2014), podemos estudar o comportamento dos consumidores quanto à RSE por quatro diferentes estágios de comportamentos: Pré-contemplanção, Contemplanção, Ação e Manutenção. Esta forma de avaliar permite-nos concluir que entre o consumidor tomar uma decisão e comprar estão envolvidas várias etapas de evolução, uma vez que a decisão final do consumidor terá como

---

<sup>48</sup> Moreira, Francisco, (2014) *Responsabilidade Social das Empresas: O impacto na decisão e comportamento de compra do consumidor*, Dissertação em Marketing, p. 7

<sup>49</sup> Autor citado por Moreira, obra citada *supra*, p.8.

<sup>50</sup> *ibidem*, p.8.

base não só o preço, a qualidade e a conveniência, mas também as ações de responsabilidade social desenvolvidas pelas empresas (Andreasen, 1995).

Desta forma podemos afirmar que a adoção de medidas com base na RSE não deve ser uma postura só das empresas mas também dos próprios consumidores no sentido que, este também deverão ser responsáveis no consumo que fazem, procurando obter informações sobre as políticas da empresa, o processo de produção e as próprias iniciativas de RSE.

Com isto, defendemos que é essencial para a aplicação de medidas de RSE por parte das empresas a existência do *consumidor socialmente consciente*: “um consumidor que tem em conta as consequências públicas, do seu consumo privado, e que procura utilizar o seu poder de compra para promover mudanças sociais”<sup>51</sup>.

Já Mohr et al. (2001)<sup>52</sup> define o comportamento do consumidor socialmente responsável como

O qual é desenvolvido por uma pessoa que tem como base, nas suas compras e na forma como utiliza os seus produtos, o objetivo de minimizar ou eliminar quaisquer efeitos prejudiciais para a sociedade, procurando ao mesmo tempo maximizar, a longo prazo, os possíveis impactos positivos no bem-estar dessa mesma sociedade. (...) um consumidor responsável evita comprar bens ou serviços que sejam prejudiciais para a sociedade, e procura ativamente empresas que ofereçam bens e serviços que de alguma forma tragam benefícios para todos no geral.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Webster (1975), citado na dissertação de Francisco Moreira (2014), P.10;

<sup>52</sup> Autor citado na dissertação de Francisco Moreira;

<sup>53</sup> *ibidem*.



## Capítulo VII: A RSE através da aplicação do Direito

### 1. A Relação entre o Interesse Social e a RSE

Antes de avançarmos para a relação entre estes dois institutos e uma vez que já procurámos definir o conceito de RSE torna-se agora útil definir o conceito de interesse social.

De acordo com artigo 64.º, número 1 alínea b) do CSC os gerentes ou administradores devem observar,

“O dever de lealdade, no interesse da sociedade, atendendo aos interesses a longo prazo dos sócios e ponderando os interesses dos outros sujeitos relevantes para a sustentabilidade da sociedade, tais como os trabalhadores, clientes, credores.” [SIC]

Perante isto, assim como Catarina Serra (Serra, 2010)<sup>54</sup> podemos questionar-nos sobre que tipo de interesse social? Se este dever de lealdade é um verdadeiro dever para com todas estas pessoas? A verdade é que a resposta será de acordo com o entendimento que cada regime tem sobre a *corporate governance*, uma vez que o comportamento das sociedades <sup>55</sup>varia consoante as regras sociais de conduta e os valores culturais vigentes em cada país. Pois ainda que fosse desejável existir uniformização de leis europeias em matéria de deveres de administradores, a verdade é que os aspectos culturais, políticos e sociais não permitem.

Uma das mais importantes teorias da *corporate governance* utiliza como critérios os interesses que a empresa persegue ou deve perseguir. Nos termos de uma primeira corrente, os administradores devem realizar o interesse dos sócios, o que equivale a dizer: a maximização do lucro. Maximizar o lucro serve, alegadamente, o duplo propósito da responsabilidade e da eficiência: assegura que os administradores são responsáveis perante os sócios na gestão de bens sociais e evita a dispersão numa multiplicidade de objectivos que seria pernicioso para a eficiência da administração. Reflecte a concepção de que os sócios são os proprietários da empresa e suportam os riscos inerentes a ela.<sup>56</sup> [SIC]

Por outro lado, temos os *stakeholderism*, que defendem que se deve ter em conta todos os interesses de todos os sujeitos.

---

<sup>54</sup> Serra, Catarina "Entre Corporate Governance e Corporate Responsibility: Deves Fiduciários e "interesse social iluminado"", I Congresso Direito das Sociedades em Revista, (2010), p 214;

<sup>55</sup> ibidem, pp.215;

<sup>56</sup> ibidem pp.217 e 218.

Ou seja, conceito de interesse social é confrontado por duas teorias: *contratualistas* e *institucionalistas*.

De acordo com a *tese contratualista*, o interesse da sociedade é a comunhão de interesses comuns dos sócios enquanto sujeitos com os mesmos fins (lucro). Ou seja, os sócios são apresentados como detentores do interesse social da empresa.

Já para teoria institucionalista, o interesse social é um interesse comum, não só dos sócios, mas também dos trabalhadores, credores, clientes/ consumidores, e todos aqueles que de certa forma tem algum tipo de relação económica com a sociedade.

Na Opinião do Professor Menezes Cordeiro (2007), o interesse social em sentido objetivo, traduz-se na relação entre o sujeito com necessidades e os bens aptos a satisfazê-las. Portanto, no âmbito societário, o interesse social há de ser o interesse comum dos sócios, enquanto sócios.<sup>57</sup>

Por outro lado, Coutinho de Abreu<sup>58</sup> defende que o interesse social não pode ser o interesse egoísta dos sócios mas sim, o interesse feito da comunidade de interesses dos sócios. Mas não de qualquer comunidade, "ela só é qualificável como interesse social quando se ligue à causa comum do ato constituinte da sociedade, que em regra, é o escopo lucrativo, qualquer outro interesse coletivo ou comum de que sejam titulares os sócios já não merece tal qualificação". Neste sentido, Coutinho de Abreu defende que o interesse social é "a relação de necessidade de todos os sócios enquanto tal na consecução do lucro e o meio julgado apto a satisfazê-la"<sup>59</sup>.

A dualidade reflecte a divisão entre aqueles que defendem que a empresa é matéria de interesses privados e aqueles que defendem que é matéria de interesse público e por isso, defendem que os sócios não devem ser os únicos beneficiários dos deveres dos administradores e propugnam uma maior regulação.<sup>60</sup> [SIC]

Como defende Catarina Serra<sup>61</sup>,

---

<sup>57</sup> CORDEIRO, ANTÓNIO MENEZES, "*Da responsabilidade Civil dos Administradores das Sociedades Comerciais*",(2007) Lex Edições Jurídicas;

<sup>58</sup> Abreu, Jorge Manuel Coutinho de, "*Deveres de Cuidado e Lealdade dos administradores e interesse social, Reformas do código das Sociedades*", Almedina;

<sup>59</sup> *ibidem*, p.37

<sup>60</sup> Serra, Catarina "*Entre Corporate Governance e Corporate Responsibility: Deves Fiduciários e "interesse social iluminado"*", p. 220;

<sup>61</sup> *ibidem*, p.220.

A visão *pró-stakeholder* tem, pelo menos, dois méritos: a consciência de que as pessoas estão muito mais empenhadas num processo quando ele envolve um risco para elas, seja ele económico seja de outra natureza e a consciência de que as relações que se estabelecem no seio de uma organização são complexas e transcendem o mero confronto directo entre a organização e os seus stakeholders. Trata-se de restituir ou devolver à empresa uma das suas dimensões - dimensão organizacional, orgânica ou simplesmente social. Mas também tem as duas fraquezas. Exige que os administradores ponderem um largo espectro de interesses, naquilo que, por ser um processo necessariamente subjectivo, pode levá-los a orientar-se por critérios duvidosos (...). Desviar a atenção dos administradores da empresa para os interesses conflitantes dos stakeholders, tende a reduzir a eficiência e também pode conduzir a más decisões, sendo o número de sujeitos susceptíveis de afectar e de ser afectados pela empresa potencialmente infinito, os administradores não têm os conhecimentos necessários sobre os interesses em causa para tomar melhores decisões. [SIC]

Catarina Serra refere que o interesse social é "definido como aquilo que está de permeio entre um sujeito/ grupo de sujeitos e os objetos aptos a satisfazer as suas necessidades."<sup>62</sup>

Voltando ao artigo 64.º, n.º 1, alínea b do CSC, o dever de lealdade dos administradores é em relação à sociedade como tal. Os gestores passarão a ter o dever de adotar soluções que melhor compatibilize todos os interesses em confronto e, em segunda linha, o dever de ponderar os interesses, de forma a evitar, que a satisfação dos interesses dos sócios seja perseguida para além do que é razoável ou eticamente admissível.

De acordo com o referido, diríamos que o interesse social merece a consideração de estímulo à tomada de decisões e às práticas de atos socialmente responsáveis por parte dos administradores. Nesse sentido, o sucesso económico da empresa já não depende unicamente de estratégias de maximização do lucro a curto prazo, mas de uma tomada de decisões tendo em consideração objetivos sociais, ambientais, assim como os interesses dos consumidores, trabalhadores e os restantes stakeholders.

Segundo Coutinho de Abreu, as empresas responsáveis socialmente

São as que visam, de modo voluntário, contribuir para a coesão geral e ecológica (...). Isto passa, designadamente, ao nível interno, pela melhoria da situação dos trabalhadores e por reduções na exploração dos recursos naturais, nas emissões poluentes, e ao nível externo, pela

---

<sup>62</sup> Serra, Catarina, "*O novo direito das sociedades: para uma governação socialmente responsável*", (2010) *Scientia Juris*, Vol 14, Londrina, p. 155-179.

maior consideração dos interesses das comunidades locais, dos parceiros comerciais, fornecedores, clientes. [SIC]

Como refere Coutinho de Abreu, o "interesse social" no modelo institucionalista é distinto da "responsabilidade social", pois neste último não parece haver um dever jurídico dos administradores das empresas, tendo no entanto, uma conotação de um compromisso voluntariamente assumido pelas mesmas, compromisso esse, assumido por pressões exteriores.

A norma prevista no artigo 64.º, numero 1 alínea b do CSC deverá então ser entendida como uma fórmula que introduz a cultura ética no mundo societário e, conseqüentemente contribui,

Para a RSE se afirmar definitivamente enquanto pressuposto do exercício legítimo das actividades económicas. Pressupõe-se, por um lado, que o interesse social tem como coeficiente os interesses de longo prazo dos sócios. Por outro lado, que entre o interesse social e o interesse dos stakeholders existe uma relação de instrumentalidade, ou seja, que a satisfação dos interesses dos stakeholders favoreça a realização do interesse social. [SIC]

No entanto,

Havendo absoluta incompatibilidade entre os interesses dos sócios e os interesses dos stakeholders devem prevalecer, em princípio, os interesses dos sócios. Num único caso devem os administradores abster-se de realizar o interesse dos sócios: quando isso implique um sacrifício desproporcionado (eticamente intolerável) dos interesses dos outros stakeholders. O comportamento é devido (...) porque é condição de legitimidade para o exercício das actividades económicas. Utilizando recursos que são da colectividade, a empresa necessita de ter o seu consentimento, o que equivale a tornar a sua actividade vantajosa para os membros da colectividade (...). [SIC]

## 2. O Interesse Social e o Interesse dos Stakeholders?

Devemos começar por referir que a lei deixa bem claro a separação entre o interesse da dos sócios e o interesse social, pois o interesse da sociedade pode não ser o mesmo interesse dos sócios num determinado momento<sup>63</sup>. O interesse social não deve ser entendido, única e exclusivamente como criação de valor económico. Por vezes os interesses dos stakeholders não são diretamente relacionados com mais-valias mas sim associado a custos.

Executar o interesse social é atender aos interesses a longo prazo dos sócios, atendendo a uma boa relação da empresa com os trabalhadores, credores, clientes e fornecedores, isto é, aumentando o valor total da empresa.

Ainda que não se venha a considerar como um dever jurídico, a RSE apresenta-se como um imperativo de meio de atuação dos gerentes e administradores, como forma de maximizar o interesse da sociedade a longo prazo.

Para alguns autores, a RSE é uma pura estratégia de *marketing*, de forma a aumentar e otimizar a reputação da empresa, como exemplo temos o caso do *Deutsche Bank*, é um exemplo dado pelo Professor Peter Seele<sup>64</sup> e que se demonstra bastante oportuno apresentá-lo, sobre o apoio do Deutsche Bank à organização de uma exposição do espólio do *Museum of Modern Art* em Berlin:

O Deutsche Bank actua, por um lado, ao nível global, como banco dirigido às empresas e ao investimento e, por outro lado, ao nível local, como banco vocacionado para a gestão de produtos financeiros dos clientes alemães privados. O apoio do Deutsche Bank à organização de uma exposição do espólio do *Museum of Modern Art* em Berlin, um dos mais importantes museus de Nova Iorque e um dos maiores de arte moderna e contemporânea do mundo, foi um meio exemplar para reunir os interesses de ambos os pólos. Deutsche Bank convidou um número considerável de clientes e ofereceu bilhetes aos seus trabalhadores e aos estudantes de belas-artes alemães e polacos. Na sua página da Internet Deutsche Bank publicitava o sucesso do evento em alemão e em inglês. Este é um exemplo como uma prática social, além dos benefícios sociais inerentes (para os stakeholders), pode trazer benefícios para a empresa e, mediamente, para os empresários (shareholders). [SIC]

---

<sup>63</sup> Por exemplo no caso de alienação de participações sociais quando puser em causa a existência da sociedade ou no caso de havendo lucros e querendo distribuir pelos sócios mas, ao mesmo tempo é necessário constituir reservas.

<sup>64</sup> Seele, Peter, “*Curating Corporate Social Responsibility: The Moma brought to Berlin by the Deutsche Bank as marketing strategy*”, (2007) in: *impresaProgetto*, 2, p. 1-11

Com este exemplo podemos concluir que, qualquer estratégia que se preocupe em obter apenas benefícios para um dos grupos está destinada ao fracasso.

É importante ter presente, como descreve Catarina Serra<sup>65</sup>, que o interesse dos *stakeholders* são “um passo necessário para realizar o interesse social” devendo, por isso mesmo favorecer o interesse social. Não querendo com isso dizer que estes tenham sempre prioridade. Ou seja, devemos ter sempre em conta a importância que cada grupo de interesses tem,

Os administradores têm o dever de ponderar cuidadosamente os interesses envolvidos nas suas decisões de forma a que, não sendo possível uma solução compatível com todos, consigam, pelo menos, evitar que a satisfação dos interesses dos sócios seja perseguida para lá daquilo que é eticamente admissível ou razoável, isto é, seja obtida com o sacrifício intolerável ou desproporcionado de algum dos interesses dos outros grupos de sujeitos.<sup>66</sup> [SIC]

Podemos sempre dizer que o interesse social deve ser entendido como o limite à maximização do lucro. Assim, o único dever de lealdade do administrador previsto no art. 64.º/1, b) do CSC é para com a sociedade – o dever de maximizar o valor da empresa.

Para além disso, e por forma a que não haja dúvidas que os administradores cumpriram o seu dever de ponderar e avaliar o interesse de todos na sociedade, será necessário conforme refere Coutinho de Abreu<sup>67</sup>, observar um conjunto de deveres procedimentais, são eles, o “dever de obter informação sobre o impacto previsível das suas decisões e o dever de justificar as decisões que contendam significativamente com os interesses de alguns dos stakeholders”. O único senão, poderá ser o excesso de burocracia, no entanto, esta mesma burocracia poderá levar a que os mesmos administradores reflitam melhor sobre as decisões a tomar.

Por fim, e no que diz respeito à RSE e ao Corporate Governance, conforme afirma o Professor Klaus J. Hopt<sup>68</sup>,

Ao nível geral e abstracto, não existe tensão entre a governação das sociedades e a responsabilidade social das empresas, uma vez que cabe ao órgão de administração encontrar uma “concordância prática” entre ambas na sua tomada de decisão. Em muitos casos, na prática

---

<sup>65</sup> Obra supra indicada, pp. 248;

<sup>66</sup> Ibidem pp. 249;

<sup>67</sup> Abreu, Jorge Manuel Coutinho de, “*Responsabilidade Civil dos administradores da sociedade*”, (2007) in: Cadernos n.º 5, Instituto de Direito das Empresas e do Trabalho, p.21;

<sup>68</sup> Hopt, Klaus J., “*Desenvolvimentos recentes da Corporate Governance na Europa. Perspectivas para o futuro*”, (2008) Almedina, p. 15-16.

diária, não haverá sequer conflitos entre os dois princípios – pelo menos se o conceito de *stakeholder value* não compreendido no sentido da maximização de curto prazo do valor acionista. No médio e longo prazo, não do interesse dos accionistas desconsiderar inteiramente os interesses dos trabalhadores ou o bem público. De outro modo, a sociedade sofrerá danos no mercado laboral bem como na sua produtividade e ambiente de trabalho, e as autoridades públicas reagirão negativamente pondo termo a relações negociais e criando legislação. [SIC]

### 3. Razões da integração da RSE no Direito

Quando nos referimos a atividade empresarial e preocupações sociais, em primeira linha parece que estamos a falar de conceitos incompatíveis. A RSE não é um propósito imediato e típico da atividade empresarial. O elemento crucial de distinção de uma sociedade de outras entidades é a finalidade desta: o lucro e a sua repartição pelos sócios cfr. artigo 980.º do CC. E por isso, não se admite as doações ou liberalidades cfr. artigo 6.º/2 e 3 do CSC. Perante esta introdução entende-se quem defenda que existe uma certa resistência ao "movimento da RSE".

Entre os vários autores defensores do que se afirmou *supra*, Timothy M. Devinney afirma que as empresas servem para gerar lucro e não para resolver problemas sociais, afirmando ainda que, uma empresa com responsabilidade social é uma "impossibilidade inultrapassável"<sup>69</sup>. Paralelamente, Milton Friedman afirma que a única responsabilidade social que existe numa empresa é a utilização dos recursos existentes por forma a aumentar a sua receita e que seja dentro dos limites da lei. Pois caso contrário, o empresário teria que gastar dinheiro alheio para satisfação coletiva, ou seja, sempre que uma atividade estivesse em prol da responsabilidade social e implique a redução de lucros, a empresa estará a gastar dinheiro dos sócios ou, no caso contrário, havendo lucro, será sacrificado o dinheiro dos consumidores.<sup>70</sup>

Por outro lado, a sociedade utiliza, em seu benefício, recursos escassos que poderiam ter uma aplicação alternativa. Podendo afirmar que a comunidade consente em que a empresa use os recursos coletivos por forma a responder às necessidades da mesma. A responsabilidade de que se fala não deve ser entendida em sentido técnico-jurídico (responsabilidade civil) mas

---

<sup>69</sup> Devinney, Timonthy M., "Is the socially responsible corporation a myth? the god, bad and ugly of corporate social responsibility", 2009.

<sup>70</sup> Friedman Milton, "The social responsibility of business is to increase its profits". New York Times Megazine, 1970.

sim num sentido mais amplo na medida em que não depende de outros requisitos senão da existência de uma empresa prosseguindo uma atividade económica.

#### **4. Paradoxo entre o Direito e a RSE**

A RSE não compreende apenas a observância das disposições legais e contratuais aplicáveis às empresas, implica também transcender voluntariamente o que está expressamente previsto e estabelecido na Lei. Se por um lado pode-se afirmar que a RSE é voluntária e logo, insuscetível de tratamento jurídico, por outro não podemos deixar de verificar que a RSE não é assim tão voluntária como parece, assim como o Direito não é tão rígido que não pudesse admiti-la. No fundo, a RSE surge como reação das empresas às sucessivas campanhas da sociedade civil ao desenvolvimento do "consumo ético", à generalização do Investimento Socialmente Responsável da Corporate Governance e aos riscos da reputação e da publicidade negativa. Nessa medida, ela é exigível e não rigorosamente voluntária.

O Direito não consiste apenas na imposição de ações ou condutas. A aquisição da dignidade jurídica por parte dos institutos sociais não passa necessariamente pela sua "positivação". Fenómenos como os de RSE solicitam o recurso a técnicas inovadoras, que tornem os comportamentos mas desejáveis aos sujeitos assim como os atos contrários a elas indesejáveis.

#### **5. O Papel do Direito na RSE**

Uma questão que se pode colocar é saber se: Faz sentido usar o Direito para a função de difundir e promover comportamentos?

Cada vez é mais frequente o uso de normas jurídicas, de técnicas de juramento, por forma a promover e favorecer valores e motivar condutas, o que corresponde à transfiguração do Direito clássico num Direito novo o chamado direito regulatório, um direito instrumental, com mecanismos de direção social.

O direito regulatório de acordo com o Teubner<sup>71</sup>, tem uma nova função social, "é instrumentalizado em função dos objetivos que assume a responsabilidade pela condução de certos aspetos sociais".

---

<sup>71</sup> Teubner, Gunther (1988), "Juridificação - Noções, características, limites, soluções", Revista de Direito e Economia, XIV, p. 17ss.



Terá chegado a hora a afastar a tradicional perspectiva reativa do Direito e de adotar uma perspectiva proactiva de olhar para o direito de modo diferente. O termo proactivo sugere "agir em participação", "tomar o controlo" e "tomar a iniciativa". O direito proactivo tem, além disso, a dimensão promocional e a preventiva devendo, por uma lado, promover os comportamentos desejáveis e encorajar as boas práticas e, por outro, evitar os comportamentos indesejáveis e impedir a produção de efeitos negativos.

O conceito base é o de uma sociedade onde as pessoas e as empresas estão conscientes dos seus direitos e das suas responsabilidades, desfrutam das vantagens que o Direito lhes confere e cumprem as suas obrigações de forma a evitar os conflitos.

O processo legislativo deve adaptar-se a realidade, devendo pressupor em primeiro, a participação ativa dos stakeholders e ter em consideração não só a questão económica como também aspetos sociais e éticos. Com isto, antecipamos, em vez de problemas, soluções.

Como se vê, a integração da RSE no Direito é absolutamente oportuna para que ela se imponha, o que muito dificilmente aconteceria sem o apoio do Direito.

Por outro lado, existem formas ou estratégias para integração da RSE no Direito. Uma das mais óbvias é a de fazer com que a RSE produza determinadas consequências jurídicas, o que se traduz sempre num estímulo à ação. Por exemplo, em condição de acesso da empresa a certa qualidade, de rótulos sociais ou ecológicos ou em pressupostos para participação em concursos públicos. Uma segunda medida é a de criar deveres jurídicos: o dever de apresentação de balanços de informação social. Esta ideia não é original, no sentido em que, está de harmonia com a Diretiva 2003/51/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 18 de junho de 2003, quando refere a propósito da informação a incluir nos relatórios anuais de gestão:

Não deve circunscrever-se aos aspectos financeiros da atividade da empresa. Prevê-se que, quando adequado, tal deva conduzir a uma análise dos aspectos ambientais e sociais necessários para a compreensão da evolução, do desempenho ou da posição da sociedade.

Nestes casos, em que a RSE aparece associada a um dever jurídico, a utilidade do Direito é diminuta porque não existe a aplicação de sanções. Para a verificação do cumprimento basta só que a empresa apresente um relatório em que declare que não realizou nenhuma atividade do tipo. Ainda assim, o dever de apresentação do relatório constitui, por si só, uma obrigação satisfatória. Na pior das hipóteses, o dever de declarar inatividade é quanto basta para

desfazer imediatamente a passividade, depois poderá a conduzir que a empresa seja mais ativa no futuro. Acabando por se consubstanciar numa técnica, ainda que indireta do Direito, isto é, promoção de uma conduta voluntária, por meios jurídicos, acabando por ser obrigatória no ponto de vista sócio-jurídico.

Outra medida que tem sido propugnada é a criação de incentivos por meio do Direito Tributário e Fiscal: trata de inculcar nas empresas a consciência da sua responsabilidade pelo bem-estar social e, por outro, de conseguir a diminuição da despesa pública - eliminação das despesas socialmente improdutivas. Para além da diminuição da carga fiscal da empresa responsável, passa a ser um agravamento da carga fiscal para as empresas, que por sua vez não responsáveis.

O objetivo é sempre o mesmo: não de retribuir o esforço efetuado pela empresa com RSE mas o de animar as empresas a adotar essas práticas. Ainda que os comportamentos não sejam todos motivados pela alteração da mentalidade (moral), no entanto, desde que os comportamentos se generalizarem, o objetivo principal será alcançado.

## **6. A receção pelo direito Português da RSE**

- Decreto-Lei n.º 34/2004, de 19 de fevereiro: criou a Direção- Geral da Empresa e determinou que uma das suas competências genéricas é: "promover o desenvolvimento sustentável e a responsabilidade social das empresas, visando reforçar a competitividade empresarial";
- Lei n.º 12/2004, de 30 de março: estabelece o regime de autorização a que estão sujeitas a instalação e a modificação de estabelecimentos de comércio a retalho e de comércio por grosso em livre serviço e a instalação de conjuntos comerciais e declara que o fim último do regime é "a defesa do interesse dos consumidores e a qualidade de vida dos cidadãos, num quadro de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social das empresas" (art.2.º);
- Lei n.º 55-A/2004, de 30 de dezembro: fixou as grandes opções do plano para 2005 e, entre outros objetivos, a "promoção e integração da responsabilidade social das empresas no âmbito da política de conservação da natureza, designadamente no tocante num contexto de novos modelos do governo das empresas e de exercício de

cidadania" e a "promoção e integração no quadro da política de ambiente da estratégia";

- Lei n.º 4/2007, de 16 de janeiro: aprova as bases gerais do sistema de segurança social;
- Lei n.º 8/2008, de 18 de fevereiro: transpõe a Diretiva n.º 2003/72/CE, do Conselho, de 22 de julho, que completa o Estatuto da Sociedade Cooperativa Europeia no que respeita ao envolvimento dos trabalhadores;
- Decreto-Lei n.º 209/2008, de 29 de outubro: estabelece o regime do exercício da atividade industrial;
- Fevereiro de 2008 o Instituto Português da Qualidade cria a primeira Norma Portuguesa de Responsabilidade Social;
- Decreto-Lei n.º 21/2009, de 19 de janeiro, que aprova o regime jurídico de instalação e modificação dos estabelecimentos de comércio e retalho e conjuntos comerciais.
- Códigos de Conduta:
  - Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de maio: Define as atividades de turismo de natureza e determina que as empresas que pretendam obter o reconhecimento das suas atividades como turismo de natureza devem apresentar o respetivo pedido instruído com uma “declaração de adesão formal a um código de conduta” cfr. art.20.º/1.
  - Portaria n.º 651/2009, de 12 de junho: Define o código de conduta.

Perante o posto supra, rapidamente chegamos à conclusão que já existem em Portugal práticas de RSE, sendo em casos, requisitos para acesso da empresa a determinada qualidade.

Tanto o ordenamento jurídico deve intervir e estimular as “boas práticas sociais” assim como a RSE deve contribuir para transformar as estruturas jurídicas tradicionais.

Existem alguns exemplos de interferência da RSE no conceito tradicional de empresa e de sociedade e a forma como é concebido o exercício normal da atividade económica.

A norma prevista no artigo 64.º do CSC estabelece nos gerentes e administradores de sociedades comerciais dois tipos de deveres fundamentais: os de cuidado (previsto no número 1, alínea a)) e os de lealdade (previsto na alínea b) do mesmo número). Em caso de violação destes deveres, tanto os gerentes como os administradores poderão ser destituídos com justa

causa (cfr. arts. 191.º/4 e 7; 257.º/1 e 6; 403.º/1 e 4; 471.º, todos do CSC) e sujeitos a responsabilidade civil não perante a sociedade (art. 72.º do CSC) como também perante os restantes sócios e terceiros (79.º do CSC).

Os deveres de Lealdade, conforme refere Coutinho de Abreu (2007),<sup>72</sup>

(...) São deveres inerentes à relação de confiança que se estabelece entre a sociedade e os gestores e com a qual estes actuam em nome e no interesse daquela. Correspondem ao “dever dos administradores (...) abstendo-se portanto de promover o seu próprio benefício ou interesses alheios. Os interesses da sociedade são interesses dos sócios – os *stakeholders*. Ao que tudo indica os gerentes e administradores deverão, a partir de agora, mitigar o objectivo de maximização do lucro com outros objectivos ou exigências – aquilo em que no Direito inglês começou a chamar-se (...) *enlightened shareholder value*. [SIC]

Um dos obstáculos com que se depara a RSE é o facto de esta levar a uma certa “desresponsabilização por parte do Estado” e, com isso, a responsabilidade social passa para as empresas e, conseqüentemente, o risco de os serviços em prole da comunidade se tornarem menos transparentes, criteriosos e insuscetíveis de sindicância.

Conforme refere Coutinho de Abreu:

(...) É bom que se promova a responsabilidade social das empresas (...) mas sem que essa promoção obnubile o carácter essencial individual egoísta da empresa capitalista. E de modo a que à afirmação da responsabilidade social das empresas não vá correspondendo a desresponsabilização social do Estado (cada vez menos social). [SIC]

---

<sup>72</sup> Abreu, Jorge Manuel Coutinho de, (2007), Deveres de cuidado e de lealdade dos Administradores e interesse social, Reforma do Código das sociedades, IDET - Colóquios.

### III. Conclusão

Hoje em dia assistimos nos debates mais populares a questão da Responsabilidade social das empresas, o seu impacto na sociedade e a sua correlação com a ética. Cada vez mais as empresas têm vindo a tomar consciência que não estão sós e mais que isso, que fazem parte da sociedade. Ainda mais na situação económica que vivemos nos dias de hoje, em que as empresas têm cada vez mais um papel fundamental na vida dos trabalhadores, dos consumidores, no meio ambiente, até quando falamos em modas ou costumes.

Devido à globalização e, conseqüentemente ao aumento da consciencialização e sensibilidade da sociedade surgiram novos conceitos, entre eles, responsabilidade Social das Empresas. Tema que foi eleito para a presente dissertação, não só pela sua atualidade, impacto mas também a necessidade de transmitir às pessoas que estão à minha volta a grandiosidade do tema e a sua importância na sociedade atual.

Ainda que tenha sido uma dissertação mais teórica, isto é, sem um estudo do caso prático, através de uma investigação mais profunda de bibliografia no tema em questão, constatou-se que o conceito de RSE está cada vez mais clarificado, profundo e ligado ao Direito, não pela sua coercibilidade mas sim pela essencialidade que a RSE demonstra na sociedade dos dias de hoje.

É possível hoje afirmarmos que os administradores/gestores sabem o que é a RSE e que conhecem as suas práticas. Graças á globalização e conhecimento por parte da população os administradores incorporaram as suas práticas de responsabilidade social nas suas práticas de estratégia empresarial. No fundo, compreenderam que, mais do que gerar lucro, devem ter em atenção à forma como atuam. Nesse sentido, as estratégias passam pela preocupação com os interesses dos stakeholders, com quem interagem diariamente.

Ouve-se falar todos os dias, em aquecimento global, aumento da poluição e nesse sentido, torna-se impossível que as empresas e a sociedade em geral não esteja despertos para os problemas que existem pois, a preservação do meio ambiente é fulcral para a existência da população que, por sua vez, é essencial para as empresas.

Por estes motivos, o mundo está mais exigente e consciente da responsabilidade de todos na proteção de direitos sociais e económicos e nesse sentido, aumentam as expectativas face ao papel das empresas.

Neste sentido, tem-se como ponto assente que a empresa é um importante agente da promoção e desenvolvimento económico sustentável da sociedade. Há, portanto, uma crescente noção da importância das empresas na economia, no consumo e na preservação do ambiente, influenciando assim, o surgimento de um novo paradigma ético-empresarial.

Nesse primas, surge a RSE, dando primazia ao bem-estar social, interesses sociais, preservação do meio ambiente, sem nunca descurando da sua função económica, que se apesar de não ser a única, sem ela não faz qualquer sentido a existência da empresa.

Podemos no final da dissertação avaliara uma atividade empresarial sustentável considerando a adoção de valores sociais, o seu trabalho baseado em princípios de transparência e valorização da relação entre os trabalhadores e administradores.

Constatou-se ainda que, é inevitável dar primazia aos valores éticos, tanto nas relações internas como nas externas da atividade empresarial. Pois esta postura, para além de contribuir para a valorização do capital humano, aumenta os ativos sociais em que todos beneficiam.

Com a elaboração do presente trabalho pretendeu-se clarificar o surgimento do instituto da RSE e os novos fatores económicos competitivos exigidos no mercado. E, que nesse contexto, as empresas são conscientes de que podem contribuir para o desenvolvimento sustentável através da consolidação do crescimento económico e o aumento da competitividade e, ao mesmo tempo, protegendo o meio ambiente e promovendo comportamentos éticos e socialmente responsáveis, passando estes a fazer parte do interesse da própria empresa.

Estamos em querer que, muitas empresas acreditam que o caminho deverá ser a coexistência entre obrigações legais e morais, existindo instrumentos legais e voluntários para implementação de boas estratégias de maximização de lucro, minimizando os custos e, ao mesmo tempo, procurando sustentar estes objetivos com base na sustentabilidade social e ambiental. Ou seja, o ideal, a nosso ver, seria a existência de um balanço de prós e contras da adoção de boas práticas sociais por forma a ser prosseguido a maximização do lucro e cumulativamente tendo em vista a responsabilidade social.

Posteriormente, pretende-se com este trabalho que se consiga compreender qual o verdadeiro significado de RSE, no sentido do seu carácter predominantemente voluntário mas, devido às pressões exteriores, estas promovem e estimulam as empresas a adotarem determinadas "boas práticas." E, ainda que o seu cumprimento não constitua um verdadeiro dever jurídico, as

empresas que adotam comportamentos socialmente responsáveis são bem mais favorecidas do que as que não cumprem.

Em Portugal, a questão da RSE está a ganhar relevância e para isso muito contribuiu o artigo 64.º/1, b) do CSC, uma vez que realça a necessidade de a sociedade ter em conta os interesses dos stakeholders, na ótica dos deveres dos administradores.

Uma vez que a RSE tem um cunho voluntário urgiu a necessidade de utilizar normas jurídicas, de técnicas que promovam as "boas práticas".

Neste sentido, "Direito Proativo" surge como encorajador das sociedades em adotar práticas socialmente responsáveis.

#### IV. Bibliografia

- Abreu, Jorge Manuel Coutinho de (2007), *Deveres de Cuidado e Lealdade dos administradores e interesse social, Reformas do código das Sociedades, IEDT - Colóquios*;
- Abreu, Jorge Manuel Coutinho, *Responsabilidade Civil dos administradores da sociedade*, in: Cadernos n.º 5, Instituto de Direito das Empresas e do Trabalho, 2007;
- ARCHIE B. CARROLL (2008), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility, A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices*, Oxford, Oxford University Press, 2008;
- Cortina, Adela. "*Ética Aplicada y democracia radical*". 3 ed. Madrid: Editorial Tecnos, 2001;
- Devinney, Timothy M., "Is the socially responsible corporation a myth? the good, bad and ugly of corporate social responsibility", 2009;
- Flávia Camilli Oliveira, Anna, *Responsabilidade social empresarial e diminuição das desigualdades Sociais*;
- Friedman Milton, "*The social responsibility of business is to increase its profits*". New York Times Magazine, 1970;
- Goretí Mota e Alzira Dinis, *Responsabilidade Social das Empresas: Novo Modelo de Gestão para o Desenvolvimento Sustentável*;
- Hopt, Klaus J., *Desenvolvimentos recentes da Corporate Governance na Europa. Perspectivas para o futuro*, Almedina, 2008;
- Kreitlon Maria Priscilla, *A Ética nas Relações entre Empresas e Sociedade: Fundamentos Teóricos da Responsabilidade Social Empresarial*, XXVIII ENANPAD, Curitiba, 2004
- Magalhães, Carla (2011), *Responsabilidade Social uma Visão Ibero Americana, Responsabilidade Social e Regulada no setor Metalomecânico Brasileiro e Português: Um estudo Comparativo e Cultural*, Coimbra, Almedina;
- Menezes Cordeiro, António (2007), *Da responsabilidade Civil dos Administradores das Sociedades Comerciais*", Lex Edições Jurídicas;
- Miller Sobral, Luís Manuel (2013), *A Responsabilidade Social das Empresas Um novo Desafio para o Direito*, Dissertação de Mestrado em Direito Área de especialização em Ciências Jurídico-Económicas, Faculdade de Direito da Universidade do Porto;
- Moreira, Guimarães da Silva Francisco (2014), *Responsabilidade Social das Empresas: O impacto no comportamento e decisão de compra do consumidor*, Dissertação de mestrado em Marketing no ISEG;
- Nogueira, Ellis Regina Reis (2012), *Responsabilidade Social das Empresas: Passados versus Actualidade*, Dissertação em Economia Social e Solidária
- Nunes Costa, Maria Alice; Maria João Santos; Fernando Miguel Seabra; Fátima Jorge (2011), *Repensar no Papel da Empresa na Sociedade: Nota introdutória, Responsabilidade Social, uma visão Ibero Americana*, Almedina;
- Reis, Carlos Nelson dos e Luiz Edgard Medeiros (2009), *Responsabilidade Social das empresas e balanço social: os meios propulsores do desenvolvimento económico e social*, 1ª edição, São Paulo: Atla;



- Serra, Catarina (2010), *O novo direito das sociedades: para uma governação socialmente responsável*, Scientia Juris, Vol 14, Londrina;
- Serra, Catarina, I Congresso Direito das Sociedades Comercias em Revista, *Entre o Coporate Governance e Coporate Responsibility: Deveres fiduciários e "interesse social iluminado"*, Coordenadores científicos Pedro Pias de Vasconcelos, J.M Coutinho de Abreu, Rui Pinto Duarte, 8 e 9 de Outubro de 2010, Almedina;
- Simões, Cláudia e Simões, (2011), Responsabilidade Social uma Visão Ibero Americana, *Da Responsabilidade Social à Ética dos indivíduos*, Coimbra, Almedina;
- Zairo B. Cheibus e Richard M. Locke, *Valores ou Interesses? Reflexões sobre a responsabilidade social das empresas*.

## V. Sites consultados

- [http://wwwapp.sistemafiergs.org.br/portal/page/portal/sfiergs\\_fiergs\\_coortec\\_codema\\_codema\\_informa/codema\\_informa/ata\\_codema\\_nov07\\_csustainability.pdf](http://wwwapp.sistemafiergs.org.br/portal/page/portal/sfiergs_fiergs_coortec_codema_codema_informa/codema_informa/ata_codema_nov07_csustainability.pdf)
- <https://pt.wikipedia.org/wiki/Filantropia>
- [http://www.fmgroup.es/pt/4-fm\\_group\\_espanha\\_e\\_portugal/6-sobre\\_a\\_empresa.html](http://www.fmgroup.es/pt/4-fm_group_espanha_e_portugal/6-sobre_a_empresa.html)
- <http://www.publico.pt/noticias/jornal//fundos-eticos-desenvolvemse-nos-eua-e-reino-unido-154935>
- <https://www.deco.proteste.pt/investe/éticos-s225220.html>
- [http://economico.sapo.pt/noticias/como-investir-com-etica\\_213429.htm](http://economico.sapo.pt/noticias/como-investir-com-etica_213429.htm)
- <http://www.ver.pt/funfos-de-empendedorismo-devem-ser-fundos-de-investimento-responsavel/>
- <http://www.ver.pt/os-mais-supreendentes-modelos-de-negocio-sao-aqueles-em-que-o-lucro-e-o-impacto-vivem-em-harmonia/>