

ASSOCIAÇÃO CARUARUENSE DE ENSINO SUPERIOR
CENTRO UNIVERSITÁRIO TABOSA DE ALMEIDA
(ASCES-UNITA)
ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

CREUZOMAR LIRA DE SOUZA JÚNIOR
IGOR LEITE VIDAL
NAYAN CAYCK OLIVEIRA LIMA

**A GESTÃO DE EMPRESAS NO MODELO DE
ECONOMIA DE COMUNHÃO: ESTUDO EM EMPRESAS DE
CARUARU**

CARUARU

2018

CREUZOMAR LIRA DE SOUZA JÚNIOR
IGOR LEITE VIDAL
NAYAN CAYCK OLIVEIRA LIMA

**A GESTÃO DE EMPRESAS NO MODELO DE
ECONOMIA DE COMUNHÃO: ESTUDO EM EMPRESAS DE
CARUARU**

Projeto de Pesquisa do tipo TCC da
graduação do Centro Universitário
Tabosa de Almeida (ASCES-
UNITA), em requisito parcial para a
aquisição de grau de Engenharia de
Produção.

Orientador: Miguel Otávio B. C. de
Melo (Dr.)

CARUARU

2018

AGRADECIMENTOS

Nossos sinceros agradecimentos a todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para o resultado desse trabalho, especialmente:

- Ao amigo e orientador deste trabalho, Prof. Dr. Miguel Otávio B. C. de Melo, pela sua dedicação, estímulo e envolvimento com a realização deste trabalho;
- Aos professores da ASCES-UNITA, pelos conhecimentos e experiências compartilhadas;
- Aos nossos pais e nossas companheiras por nos acompanhar durante cada passo nessa jornada, nossos agradecimentos pelo carinho e incentivo;
- Aos nossos amigos, pelo apoio e compreensão em todos os momentos.

“Só se pode alcançar um grande êxito quando nos mantemos fiéis
a nós mesmos.”

Friedrich Nietzsche

RESUMO

É notória a competitividade do mercado nos dias de hoje. Neste contexto a sociedade é marcada pelas desigualdades sociais que estão a cada dia maiores. A Economia de Comunhão (EdC) tem como objetivo direcionar a gestão das empresas a se constituírem como uma comunidade voltada à produção de bens e serviços tendo em vista uma sociedade mais solidária na direção de tornar o modelo de racionalidade e utilitarista econômico mais equilibrado. Fundada por Chiara Lubich em maio de 1991 em São Paulo, envolve empresários, trabalhadores, gestores, consumidores, poupadores, cidadãos, pesquisadores, operadores econômicos, todos empenhados em vários níveis a promover uma prática e uma cultura econômica voltada para a comunhão, a gratuidade e a reciprocidade, propondo e vivendo um estilo de vida alternativo àquele dominante no sistema capitalista. Para que tal projeto se torne possível, a Economia de Comunhão trabalha num grande projeto de formação à cultura do dar, através de escolas, encontros, eventos de formação voltados a jovens, trabalhadores, empresários, cidadãos. São apresentadas considerações gerais sobre a gestão das empresas com o foco voltado para a Economia de Comunhão (EdC) analisando os seus fundamentos, características e estruturas básicas. A fim de analisar este tipo de gestão foi realizada uma pesquisa com algumas empresas localizadas na cidade de Caruaru/PE.

Palavras-chave: Economia de Comunhão, Gestão, Responsabilidade Social.

ABSTRACT

The competitiveness of the market today is notorious. In this context, society is marked by the social inequalities that are increasing daily. The Economy of Communion (EdC) aims to direct the management of the companies to be constituted as a community focused on the production of goods and services with a view to a more solidary society towards making the rational and utilitarian model of economic rationality more balanced. Founded by Chiara Lubich in May 1991 in São Paulo, it involves entrepreneurs, workers, managers, consumers, savers, citizens, researchers, economic operators, all engaged in various levels to promote a practice and an economic culture focused on communion, and reciprocity, proposing and living a lifestyle alternative to that dominant in the capitalist system. In order for such a project to become possible, the Economy of Communion works in a great project of training the culture of giving, through schools, meetings, training events aimed at young people, workers, entrepreneurs, citizens. General considerations are presented on the management of companies with a focus on the Economy of Communion (EoC) analyzing their fundamentals, characteristics and basic structures. In order to analyze this type of management a research was carried out with some companies located in the city of Caruaru / PE.

Key words: Economy of Communion, Management, Social Responsibility.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	7
2	QUESTÃO EXPLICATIVA.....	9
3	OBJETIVOS.....	10
3.1	OBJETIVO GERAL.....	10
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
4	REFERENCIAL TEÓRICO.....	10
4.1	RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL.....	10
4.1.1	A implantação do modelo de RSE.....	15
4.1.2	RSE e a Gestão Ambiental.....	17
4.1.3	RSE versus Ação Social.....	20
4.2	ECONOMIA DE COMUNHÃO.....	22
4.2.1	Elementos da EdC: Bens relacionais e reciprocidade.....	26
5	METODOLOGIA.....	31
5.1	Tipo de estudo.....	31
5.2	Tipo de pesquisa.....	31
5.3	Local e Sujeitos da Pesquisa.....	31
5.4	Materiais.....	32
5.5	Período de realização do trabalho.....	32
5.6	Critérios de inclusão e exclusão.....	32
5.7	Coleta de dados.....	32
5.8	Procedimentos operacionais.....	33
5.9	Análise de dados.....	33
6	RESULTADOS E ANÁLISES.....	34
7	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	43
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	44
	ANEXOS E APÊNDICES.....	49

1. INTRODUÇÃO

A globalização aliada ao desenvolvimento de novas tecnologias com a necessidade de atender a clientes cada vez mais criteriosos faz com que cresça o envolvimento das organizações nas questões de cunho social e uma nova postura das empresas é exigida com práticas voltadas para o desenvolvimento sustentável. Ressalta-se que os problemas sociais podem ser atenuados por meio da responsabilidade social efetiva tanto por parte dos indivíduos como através de modelos de gestão alternativos que contribuem para o progresso da qualidade da vida dos grupos marginalizados e da sociedade em geral. Sendo assim, vários modelos de gestão têm surgido nas últimas décadas, a exemplo da economia solidária, economia criativa e a economia de comunhão, com uma proposta nova e como uma tentativa de melhoria para o quadro dos desfavorecidos e, em especial, àqueles que vivem em vulnerabilidade social (GONÇALVES, 2004).

. A responsabilidade social empresarial (RSE) é uma alternativa eficaz para que as instituições dos mais variados setores consigam vivenciar a gestão sustentável e também possam manter-se vivas no mercado em alta competitividade. A responsabilidade social se configura como uma ação que, de alguma forma, contribui direta ou indiretamente para a transformação e melhoria dos diversos segmentos da sociedade, considerando sua atuação positiva ao focalizar questões voltadas à sustentabilidade e à pró-atividade (GARCIA et al., 2015).

Conhecer esses novos modelos e analisar as suas propostas na perspectiva social é de suma importância para a formação de profissionais com responsabilidade socioambiental e, claro, estudos como este auxiliam no desenvolvimento de ações que fomentam uma nova cultura empresarial. Em outras palavras, uma cultura diferenciada da que domina atualmente, que não preconiza o lucro apenas, mas que responde ante a sociedade com responsabilidade e compromisso social (LUBICH, 2002).

Um dos modelos gestão que busca a prática da responsabilidade social é a Economia de Comunhão (EdC), que visa gerar um desenvolvimento sustentável com ênfase na sustentabilidade social. Entende-se por desenvolvimento sustentável como "aquele que atende às necessidades presentes sem comprometer a possibilidade de que as gerações futuras satisfaçam as suas próprias necessidades", essa definição foi dada pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU. Sendo assim, este trabalho pretende a partir de um estudo de caso analisar o modelo de gestão da Economia de Comunhão (EdC)

sob a ótica da Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Pretende-se a partir desse objetivo compreender as relações do modelo da EdC com os indicadores e ações de responsabilidade socioambiental (DALLABRIDA, 2005). Ressalta-se que os termos Responsabilidade Social Empresarial, Responsabilidade Social Corporativa e apenas Responsabilidade Social são tratados como sinônimos. Logo, acerca desse conceito usar-se-á a forma abreviada: RSE. O mesmo também ocorre com a Economia de Comunhão que será tratada por EdC.

A finalidade deste trabalho é analisar a gestão empresarial dentro da teoria da RSE e a relação com a gestão no modelo de Economia de Comunhão. Será realizado um estudo em empresas de diferentes ramos.

2. QUESTÃO EXPLICATIVA

Estudos que visam aprimorar a gestão, inovação e criatividade nos negócios estão na vanguarda. Com isso, os modelos de gestão atuais não buscam apenas solidificar a empresa a partir da otimização dos seus resultados, mas, procuram atender a demanda por um compromisso socialmente responsável da organização levando em consideração a gestão sustentável e a sustentabilidade. Ressalta-se que todo modelo de gestão organizacional que emerge é fruto da necessidade de um determinado conjunto de pessoas que vive um momento histórico específico (LUCAS, 2007).

Historicamente, vários modelos de gestão marcaram seus contextos e fases da epistemologia da Administração e, claro, são exemplos para os novos modelos que surgem. Entre os modelos que foram implantados e que impactaram o mundo, pode-se destacar o modelo Toyota de produção que se fortalece no contexto da forte industrialização e produção em massa como resultado da ascensão do capitalismo e da cultura liberal. Hoje, o contexto é outro: os problemas sociais como a fome e miséria existentes em todo o planeta são preocupantes, há o agravamento dos problemas ambientais (que comprometem a sobrevivência da vida humana na terra) e a escassez de recursos produtivos. Dessa forma, os novos modelos de gestão que emergem dessas circunstâncias não podem ficar limitados a maximização dos lucros e minimização dos custos no tocante as empresas, mas, objetivam responder de forma positiva a esse quadro delicado (FERRUCCI, 2004).

Sendo assim, esse trabalho pretende responder a seguinte problemática: qual a relação entre a gestão empresarial da teoria da RSE e o modelo de gestão empresarial da EdC?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GERAL:

Analisar o modelo de gestão empresarial segundo a Edc nas empresas em estudo tendo como referência o modelo atualmente utilizado que é o de Responsabilidade Social Empresarial (RSE).

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar as principais práticas de gestão com base na Responsabilidade Social Empresarial (RSE).

4. REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 Responsabilidade Social Empresarial

Na concepção de Silveira (2008), a RSE pode ser definida como uma tentativa de reprimir a busca desenfreada de ganhos individuais e valorizar a coletividade e as necessidades das classes sociais. Com isso, a RSE tem uma missão complexa, mas, que tem por finalidade mitigar uma cultura baseada no consumismo e materialismo.

Segundo o Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (WBCSD), a responsabilidade social empresarial é: “O compromisso da empresa de contribuir ao desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando com os empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade em geral para melhorar sua qualidade de vida” (DIAS, 2009, p. 154).

Entretanto existe uma quantidade de conceitos sobre Responsabilidade Social Corporativa que se confundem como: Responsabilidade Social empresarial, Ética empresarial e Cidadania empresarial. Ashley (2003) afirma que essa mistura pode ser compreendida e sintetizada devido à incorporação do tema nos meios acadêmico e empresarial que se deu em meados do século XX, e sua evolução mais recente, a partir da década de 60 até este início de século XXI (FERRARI, 2011).

Para tanto, não é simples definir RSE devido a sua intrínseca relação com as empresas e o mercado, que estão em constante desenvolvimento e transformação. Em face disso, há dinamicidade e evolução em relação a sua definição. Algumas compreensões contribuem para a formação do conceito de RSE, o que será visto a seguir. A princípio, é importante conceituar RSE quanto ao significado de seus termos. Segundo o Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, a palavra **responsabilidade** significa: “qualidade ou condição de responsável; situação de um agente consciente com relação aos atos que ele pratica voluntariamente...” Logo, remete a ideia de arcar com suas escolhas, comportamento ou ainda com as ações de outrem. Enquanto que a palavra **social**, como conceituado anteriormente, é compreendida como o que seja oposto ao interesse individual, ou seja, diz respeito ao que é da sociedade ou relativo a ela “... *que interessa à sociedade...*”. Por fim, a palavra **empresarial** é o atributo daquilo que é ligado à empresa (entidades privadas). Resumidamente, RSE significa arcar, comprometer-se com as questões sociais por parte da iniciativa privada. A RSE pode ser conceituada como um conjunto de ações e decisões que a administração empresarial é obrigada a ter a fim de contribuir para o bem-estar e alcance dos interesses da sociedade e da organização (DAFT, 1999).

Ashley (2003, p. 56), define responsabilidade social como:

[...] compromisso que uma organização deve ter com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo pró-ativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela.

De acordo com Bueno et al. (2002) e Gonçalves et al. (2015) a responsabilidade social não pode ser configurada por ações isoladas da empresa pra a sociedade, mas, constitui-se um valor a ser internalizado por todos aqueles que de alguma forma se relacionam com ela. Ainda segundo as autoras, a RSE é uma tendência mundial e caracteriza-se como um diferencial competitivo e estrategicamente pode atrair os melhores investidores e parceiros bem como abre portas para novos mercados e agrega valor à imagem institucional.

O Livro Verde (2001, p.3) - documentos publicados pela Comissão Européia para promover uma reflexão sobre um tema específico, nesse caso o tema é a responsabilidade social das empresas -, afirma que:

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. Neste âmbito, ser socialmente responsável não se restringe ao cumprimento das obrigações legais, implicando ir mais além, mediante um 'maior' investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com a comunidade em geral.

Para Carroll (1991) a RSE pode ser dividida em quatro dimensões: econômica, legal, ética e filantrópica. Essa sequência equivale à ordem hierárquica que dispõe essas dimensões. Logo, o autor vai delinear essas divisões por meio de uma pirâmide onde a base é a dimensão econômica, que a partir da compreensão que o prejuízo ou o insucesso dos negócios acarreta problemas socioeconômicos como desemprego e diminuição de pagamentos de impostos (BARBIERI et al., 2011). Para tanto, entende-se que a dimensão econômica prima sobre a necessidade da empresa de obter lucro. Em seguida, vem à dimensão legal, que versa sobre o cumprimento da legislação pertinente ao negócio, setor e localidade do empreendimento, não devendo a organização cometer ilegalidades ao infringir regras e normas. A terceira divisão é a ética, responsável por promover um comportamento moralmente adequado e pautado em ações justas ante a sociedade. Por último, no topo da pirâmide está a dimensão filantrópica, tratando sobre políticas de ações sociais que de forma voluntária alcançam as populações diretamente e indiretamente vinculadas à organização.

Para Lourenço (2014) é incongruente uma empresa realizar doações e atividades voluntárias e ao mesmo tempo burlar as leis que a regem ou sonegar impostos, por exemplo. Com isso, entende-se que as dimensões se auto-relacionam ao ponto de não serem exclusivas entre si. Para Barbieri *et al* (2011) deve haver uma consonância entre a prática das quatro dimensões propostas por Carroll (1991).

Entretanto, essa concepção de Carroll (1991) acerca de RSE com o passar do tempo foi desenvolvida e juntamente com Schwartz (2003) houve a reformulação da compreensão do modelo de RSE. A princípio, quatro dimensões estariam estruturando o modelo de RSE, porém, partindo da ideia que não é função primordial das empresas a prática da filantropia, entendeu-se que essa função deveria ser incorporada as demais dimensões, em especial a dimensão econômica e ética (BARBIERI, 2007).

Para Dias (2009, p. 158); Livro Verde (2001), Melo Neto e Froes (2001) e Yen et al. (2015) a RSE pode ser dividida em duas áreas de abrangência ou atuação:

Interna: que leva em consideração os envolvidos diretamente com a organização, em especial, o público interno, porém também alcançando os fornecedores, distribuidores e toda a rede de suprimentos ou integrantes da cadeia produtiva. A RSE interna tem por objetivo promover políticas e ações que possam contribuir para o aumento da qualidade de vida de

seus colaboradores e preocupa-se em efetivar ações que possam ser vivenciadas por seus empregados no ambiente externo; ações estas respaldadas no compromisso social e ético (KREITLON, 2004).

O compromisso da empresa com o seu colaborador ultrapassa os limites geográficos da organização e partindo do pressuposto que cada funcionário faz parte de uma unidade familiar e que essa unidade é impactada como um todo com a relação empresa e colaborador, uma empresa com RSE tem a consciência que as atitudes e ferramentas executadas no ambiente organizacional alcançam outras pessoas envolvidas indiretamente com essa entidade. Sendo assim, entende-se que é compromisso da RSE contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando em conjunto com os seus empregados e suas famílias (GARCIA et al., 2015).

Para Ashley (2003) e Servaes e Tamayo (2013) a primeira responsabilidade de uma organização é com os seus empregados e isso inclui um conjunto de ações que abrangem desde políticas eficientes de higiene e segurança de trabalho a oportunidade de desenvolvimento pessoal e profissional. Além disso, é incoerente uma organização desenvolver projetos e ações assistencialistas enquanto seus colaboradores estão cada vez mais insatisfeitos, desmotivados e doentes.

Em concordância com esse pensamento, Garcia et al. (2015) vai inferir que não adianta uma empresa executar ações voltadas a entidades sociais da comunidade se ao mesmo tempo recorre a atitudes ilegais que diretamente ou indiretamente prejudicarão o cliente e a sociedade. Esse tipo de postura é incoerente e incompatível com a ideologia e proposta da RSE.

A empresa com responsabilidade social no viés interno da organização busca ferramentas que ajudem a gerar um clima organizacional agradável e que influencie positivamente na conduta dos trabalhadores dentro e fora da organização. Mais que cumprir com as normas trabalhistas estabelecidas por lei, faz-se necessário implementar ações participativas que estimulem a caridade, o respeito ao próximo, a consciência ecológica e o viver social.

A RSE é marcada por práticas voltadas para o aperfeiçoamento de talentos e desenvolvimento da criatividade e do senso crítico. Com isso, ações que discutam valores relativos ao desenvolvimento sustentável e sustentabilidade são essenciais e determinantes para a geração de uma cultura organizacional marcada pela informação e capacitação interna. Eis a relevância de palestras, oficinas, workshops, treinamentos que tratem de assuntos

pertinentes a gestão sustentável, a preservação do meio ambiente e, claro, a responsabilidade social do indivíduo como protagonista da história do homem em sociedade.

Além disso, Ursini e Bruno (2005) entendem que é fundamental que a empresa socialmente responsável zele por manter a satisfação dos seus colaboradores ao permanecerem em seu local de trabalho. Essa satisfação ou a falta dela é determinante para redução dos índices de *turnover* (rotatividade de pessoal). Entretanto, graças à satisfação gerada há uma propensão para que seja fortalecida a fidelidade do público interno e a promoção da imagem institucional por parte dos funcionários.

Passemos a outra dimensão.

Externa: que, ideologicamente, em sua essência, tem a mesma finalidade da RSE interna, porém, com práticas e projetos que privilegiam o público externo ou fora das dimensões geográficas das organizações. Esse tipo de dimensão não pode ser rotulada como mais importante ou com maior magnitude em relação à RSE interna, entretanto, práticas voltadas para as populações desfavorecidas podem impactar profundamente no contexto social ao que tange as condições mínimas de sobrevivência. Dessa forma, a empresa que estabelece projetos ou parcerias com entidades que combatem os problemas sociais que comprometem as garantias à vida e à sobrevivência deve ser observada com maior atenção. A RSE externa está relacionada com ações das empresas desde o seu entorno, ou seja, a comunidade local ao alcance mundial por meio de financiamentos de programas que lutam em favor da vida e da dignidade humana.

Segundo Dias (2009, p. 158) a dimensão externa da RSE ultrapassa os fatores geográficos, contratuais e econômicos e defende os interesses de todos os não envolvidos diretamente com a organização por meio de políticas e programas que contribuem para o apoio às comunidades e para sociedade em geral.

As dimensões interna e externa da RSE estão conectadas e devem ser trabalhadas simultaneamente. Partindo do pressuposto que a RSE é um fator estratégico da organização, muitas empresas têm investido no âmbito interno para que seus colaboradores possam, em conjunto, evidenciar a dimensão externa da responsabilidade social da organização, ou seja, as políticas internas de responsabilidade social repercutem nas práticas externas da organização numa proporção bem maior quando em conjunto com os atores diretamente envolvidos com o sistema empresarial (GOLLIER; POUGET, 2014).

Outra importante definição para uma empresa socialmente responsável é dada por Toldo (2002, p.26): “No contexto empresarial, ser socialmente responsável é prever suas ações e realizá-las da melhor forma possível, antecipando as consequências e o alcance de tais

ações para benefício de todos os seus públicos”. Para a autora, RSE diz respeito à previsão dos efeitos do comportamento empresarial e sua prontidão em corrigi-lo antecipadamente; isso pode ser exemplificado da seguinte forma:

Sobre essa multiplicidade de interpretações, Zenisek (1979) vai listar várias definições que nos anos 1970 já relacionavam com o conceito de RSE tais como: “responsabilidade legal ou obrigação social; comportamento socialmente responsável em que se observa à ética; contribuições de caridade; responsabilidade de pagar bem aos empregados e dar-lhes bom tratamento.” Para o autor, a RSE é representada por todos esses temas, embora não a possam definir isoladamente. A RSE é tudo isto, porém, não somente esses itens.

4.1.1 A Implantação do Modelo de RSE

O marco do possível início da RSE no Brasil é a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) em 1960. Entretanto, antes mesmo desse evento, em 1956, Amador Aguiar, fundador do Banco Bradesco, inaugura a Fundação Bradesco com o objetivo de promover a inclusão e o desenvolvimento social por meio da educação. Sendo assim, há controvérsias sobre o surgimento das primeiras práticas de RSE (TOLDO, 2002).

Em 1982 a Câmara Americana do Comércio de São Paulo lança o prêmio Eco de cidadania empresarial e em 1984 em terras brasileiras é publicado o primeiro balanço – documento que expõe as práticas de responsabilidade social realizadas pela empresa - por meio da empresa Nitrofértil (TOLDO, 2002).

Ainda segundo a autora, os anos de 1992 e 1993 foram marcados pela divulgação das ações sociais do Banespa e pelo lançamento da Campanha Nacional da Ação da Cidadania contra a fome, a miséria e pela vida, respectivamente. Essa campanha foi promovida pelo sociólogo de renome internacional e conhecido por seus esforços em prol da justiça social, Herbert de Souza, o Betinho, que juntamente com o Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas (IBASE) conclamaram a sociedade empresarial à praticas que beneficiariam os empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade em geral. Com isso, houve um grande envolvimento das instituições privadas no combate à fome e a miséria para a época.

As ações de RSE seriam apresentadas por meio de um demonstrativo denominado de Balanço Social que também serviria como um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social no Brasil, tendo como exemplo os EUA e a Europa que já evidenciavam a publicação de desse documento no âmbito empresarial.

O Balanço Social é um instrumento que proporciona um levantamento de atividades que geram qualidade de vida aos agentes envolvidos direta e indiretamente com a empresa, ou seja, é um documento que explicita as ações que são elaboradas pela organização baseadas no vínculo de responsabilidade e compromisso que há entre a organização e a sociedade e o meio ambiente (CARGNIN, 2011).

A elaboração de textos que revela a preocupação da empresa com a qualidade de vida dos envolvidos com organização começa a ganhar forma no final do século passado. Esses documentos foram criados originalmente nos EUA, na década de 1960, após a insatisfação da população perante a fragilidade da ética empresarial e a falta de responsabilidade das empresas em relação à sociedade. A partir de então, fez-se necessária a prestação de contas relacionada às ações voltadas para a comunidade e a sociedade em geral, como resultado da exigência de uma nova postura empresarial ante o seu público. A proposta de elaboração e divulgação anual de relatórios com informações de caráter social resultaram no que hoje se chama de balanço social.

No Brasil, as décadas de 1970 e 1980 foram marcadas pelo início da discussão dessa temática bem como o surgimento dos primeiros balanços sociais no país. Entretanto, só a partir dos anos 90 que as corporações passaram efetivamente a publicar anualmente seus balanços sociais. Em 1997 a proposta ganha alcance nacional a partir do engajamento do sociólogo Betinho ao incentivar a campanha da divulgação voluntária do balanço social, com isso, essa iniciativa é o marco que desencadeou o processo de construção de uma nova mentalidade e de novas práticas no meio empresarial no final da década de 1990.

Um dos grandes responsáveis pela propagação e incentivo às práticas de RSE no Brasil é o Instituto Ethos. Essa organização privada foi fundada no ano de 1998, na cidade de São Paulo, com o objetivo de difundir o conceito de responsabilidade social empresarial por meio de pesquisas, encontros, divulgação de informações, publicações de materiais, entre outras atividades. Para esse instituto, a RSE não é um tema a ser debatido ou tratado como um assunto pertinente às organizações, apenas, mas, como algo essencial para o desenvolvimento sustentável e fomento da sustentabilidade social no país.

Melo Neto e Froes (2001) afirmam que um dos objetivos da responsabilidade social é promover o desenvolvimento da cidadania e consolidar a prática da ética na sociedade e principalmente nos negócios. No Brasil, hoje, o tema responsabilidade social está na vanguarda dos assuntos acadêmicos bem como tem sido uma ferramenta para o crescimento e desenvolvimento empresarial.

4.1.2 RSE e a Gestão Ambiental

Para o ambientalista brasileiro e atual presidente do Instituto Democracia e Sustentabilidade (IDS), João Paulo Capobianco:

Diferentemente do que muitas pessoas pensam, gestão ambiental não implica necessariamente um conflito entre preservação e negócio. Ao contrário, a preservação ambiental cria novas oportunidades de negócios, seja no acesso a novos mercados, seja na redução de custos com desperdício.

Segundo especialistas da Organização das Nações Unidas – ONU, por meio do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC – sigla em inglês), no segundo volume do quinto Relatório de Avaliação, publicado no último dia 30 de março de 2014, as ações tomadas para conter o agravamento da poluição ambiental em especial as que tentam atenuar a mudança climática tem sido insuficientes e novas ações precisam ser feitas bem como o aumento da intensidade das ações já existentes. Ainda segundo o IPCC, os mais prejudicados com as mudanças climáticas são os pobres. Pois, segundo esse relatório, países emergentes e tropicais terão maior dificuldade para a elaboração e execução de um plano de combate a seca, inundações e problemas decorrentes destes como insegurança alimentar e propensão a doenças. Populações que dependem da agricultura para sobrevivência e que moram em regiões costeiras sofrerão com o aumento das temperaturas e também com o aumento do nível do mar.

Chega-se à conclusão que os problemas ambientais afetam de forma significativa a situação das classes que vivem em vulnerabilidade social. Logo as esferas sociais, econômicas e ambientais do desenvolvimento sustentável estão intrinsecamente ligadas e não podem ser tratadas como elementos independentes e não relacionáveis (TACHIZAWA, 2009; SEIFFERT, 2010).

Em meio a essa crise ambiental que se agrava e avoluma de forma assustadora em consonância com a busca exacerbada por um bem-estar individual e pela concentração de bens com valores monetários, faz-se necessário o estudo de modelos de gestão alternativos que possam propor um avanço na qualidade de vida dos envolvidos com as organizações e atenuar os problemas sociais; além de gerar um desenvolvimento econômico sustentável e que favoreça um impacto positivo no setor social e no meio ambiente, ou seja, modelos de gestão que estrategicamente proponham um desenvolvimento econômico levando em consideração a qualidade de vida das pessoas e preservação do meio ambiente.

Há vários textos, tratados e programas que defendem a ideia que desenvolvimento sustentável e sustentabilidade social caminham juntos, entre eles estão a Agenda 21 e o Relatório Brundtland, programas que contribuem para a difusão do pensamento do desenvolvimento sustentável. Eles afirmam que não há como mensurar desenvolvimento sem levar em consideração as esferas ambientais, sociais e econômicas (BARBIERI, 2009; SEIFFERT, 2010). Entretanto, é inegável que há uma supervalorização da esfera econômica e tem o Produto Interno Bruto (PIB) como o principal indicador de desenvolvimento. O aumento da riqueza monetária de um país torna-se o ideal para o desenvolvimento. Todavia, enquanto há crescimento econômico também há desigualdades e injustiças sociais, bem como pobreza, miséria, destruição da fauna e flora e prejuízos irremediáveis ao meio ambiente. Estes problemas sociais e ambientais não são contabilizados no cálculo do PIB e por isso a esfera econômica não pode ser supervalorizada em comparação com as demais esferas (FURTADO, 1974).

Como visto anteriormente, a relação meio ambiente e economia por muito tempo foi tida como inconciliável. A proposta do desenvolvimento sustentável é conciliar essas duas esferas de forma inteligente e de uma maneira que os recursos naturais sejam empregados com respeito nos mais diversos sistemas produtivos, gerando mais valor, porém menos impactos, como baixo desperdício e sem a emissão de poluentes a atmosfera, por exemplo. Há empresas, principalmente as de médio e grande porte, que têm abraçado essa causa, ou seja, as organizações têm visto nessa estratégia um caminho para a sustentabilidade econômica e social. Nunca se ouviu falar tanto sobre produção mais limpa, logística reversa e reciclagem como nos últimos anos.

Entretanto, essa identificação com a nova visão econômica, social e ambiental sugerida pelo desenvolvimento sustentável tem ficado restrita aos processos do ambiente interno das empresas. É de interesse das organizações a vivência de um modelo de gestão que priorize a eficiência dos processos por meio de uma produção mais limpa e com um custo menor. Segundo Dias (2009) essas atitudes empresariais têm se sobressaído em relação a um nível de consciência organizacional em torno de uma perspectiva de um desenvolvimento econômico mais sustentável e que possa proporcionar, de fato, uma responsabilidade social da empresa em torno do ambiente externo.

Os conceitos de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável se confundem e possuem áreas de concentração idênticas (DIAS, 2009; BARBIERI 2009, SEIFFTER 2010). Logo, dividem-se em três esferas: social, econômica e ambiental. Não é propósito deste estudo conceituar, caracterizar ou diferenciar esses temas. Porém, em sua essência,

sustentabilidade e desenvolvimento sustentável possuem a mesma ideologia de uma responsabilidade social eficaz, eficiente e contínua. Para tanto, a responsabilidade social empresarial é o caminho para a concretização dos ideais e planos estipulados por esses conceitos.

O pensamento acerca da preservação do meio ambiente e da responsabilidade social corporativa está em evolução. Logo, segundo Barbieri (2009) a evolução desse pensamento em consonância com a preocupação com o meio ambiente deu-se por três etapas principais:

5. A primeira etapa está baseada na percepção que os problemas ambientais são causados pela falta de conhecimento, ignorância, indiferença e marginalização dos atores que propiciam a degradação do meio ambiente através dos setores produtivos e das relações de consumo.
6. A segunda etapa é caracterizada pelo entendimento de que o problema da degradação ambiental é generalizado. Porém, podendo ser tratado nos limites territoriais e confinado às regiões, ou seja, é um problema difundido, entretanto, cada território tem a sua peculiaridade referente às possíveis causas dessa degradação ambiental.
7. A última etapa, leva em consideração que a degradação ambiental é universal. Dessa forma, é percebida como um problema que atinge a todo o planeta e que ocorre de acordo com o tipo de desenvolvimento de cada nação. Desenvolvimento esse que, geralmente, prioriza a economia.

As organizações são diretamente responsáveis pelo desenvolvimento sustentável ou a falta dele. O desenvolvimento sustentável não é produto de um plano de governo ou de políticas públicas que partem do Estado apenas, mas é uma realidade construída individualmente e também em grupos, como é o caso das organizações.

O pensamento de que a empresa está restrita ao ideal de maximização do lucro e minimização dos custos está em transformação e, com isso, as organizações tem repensando seu papel como agente social e responsável pela preservação ambiental.

Dessa forma, há uma linha tênue entre a economia e a preservação do meio físico, bem como o pensamento capitalista e a busca pela resolução de problemas sociais. As organizações existem em meio a essa fragilidade e desafio de conciliação de interesses. Segundo Lucas (2007) as empresas existem dentre de uma rede complexa de forças ambientais que as afetam por meio de tendências e sistemas político-legais, econômicos, tecnológicos e sociais. Com isso, percebe-se o agravamento dos problemas sociais e a alarmante situação do meio ambiente.

Outrora, a relação entre economia e preservação do meio ambiente era vista como antagonica e pouco debatida. Esse tipo de diálogo estava restrito ao meio acadêmico e entre os ambientalistas e defensores da natureza. Todavia, nas últimas décadas, esse tipo de diálogo – crescimento econômico e preservação do meio ambiente, assim como preocupação com o social – deixou de ser um tema limitado e voltado apenas para uma minoria e passou a ser tratado com mais afinco no cotidiano das pessoas e também nas organizações. Esse tem sido um dos resultados dos eventos que chamam a atenção do mundo: a degradação dos recursos naturais, a extinção das espécies da fauna e flora, o aquecimento da temperatura devido à emissão de gases poluentes; a pobreza, a miséria, a desigualdade e as injustiças sociais.

Cumprir com a legislação vigente e adequar-se as normas de conduta social e de preservação do meio ambiente, uma empresa socialmente responsável tem essas exigências do governo como o começo de suas ações em prol da sociedade e não como objetivo final. Com isso, a RSE ultrapassa as expectativas do cumprimento das leis governamentais e envolve-se efetivamente com os problemas de sua comunidade a ponto de mais que o obrigatório ou esperado.

Enquanto que garantir condições adequadas de trabalho, prover segurança, cumprir com as leis trabalhistas e ter uma postura ética é dever de toda organização. A RSE faz com que a empresa tenha um compromisso de incentivar o aumento da qualidade de vida dos seus colaboradores bem como investir em políticas que possam melhorar a situação social do entorno dessa corporação, ou seja, uma empresa que tem responsabilidade com a sociedade está munida de ferramentas e ações que ajudam a diminuir os problemas oriundos do sistema socioeconômico.

No atual cenário mundial há um foco no desenvolvimento sustentável, ou, pelo menos, há um crescente diálogo sobre o tema e sobre a necessidade de as organizações adotarem políticas e ações condizentes com a proposta desse tipo de desenvolvimento. Partindo desse pressuposto, faz-se necessário que as empresas partam para uma dimensão que lide com a gestão ambiental e social de forma efetiva. Para tanto, a ideia de RSE está relacionada com o conceito de desenvolvimento sustentável.

4.1.3 RSE versus Ação Social

Deve-se distinguir os termos ação social e responsabilidade social empresarial, embora, soem com uma semelhança aparente em decorrência da sua escrita. A ação social tem a ver com caridade, filantropia, por meio do apoio as classes mais necessitadas, apoio este

através de vários recursos, desde a ajuda financeira até serviços voluntários (DIAS, 2009). A ação social é tida como uma atitude resultante de valores vinculados a compaixão, empatia, bondade. Entretanto, a ação social em sua filosofia, por si só, não é reflexo de comprometimento do homem solidário como agente ativo e responsável pelos problemas sociais, ou seja, a ação social é um ato de favor e não de compromisso; a ação social é uma forma de ajudar, porém, não envolver-se diretamente. Eis a diferença entre ação social e responsabilidade social.

A ação social pode ser consequência de uma comoção. Porém, a RSE envolve participação ativa e contínua, e, acima de tudo, consciência e racionalidade ao que tange a participação do homem como ser social e intrinsecamente ligado aos problemas da sociedade. Responsabilidade social é envolvimento.

A responsabilidade social da empresa vai além da filantropia. Na maioria das definições se descreve como as medidas constitutivas pelas quais as empresas integram preocupações da sociedade em suas políticas e operações comerciais, em particular, preocupações ambientais, econômicas e sociais. A observância da lei é o requisito mínimo que deverão de cumprir as empresas. (UNCTAD, 2003, apud DIAS, 2009, p. 154).

Tanto a RSE como a filantropia empresarial podem ser utilizadas para o marketing empresarial e, de fato, isto tem ocorrido. Empresas investem cada vez mais em publicidades que possam criar uma imagem de que a empresa é socialmente responsável e que investe no desenvolvimento sustentável. A RSE deve promover uma imagem de compromisso social da organização, porém, esse não deve ser o objetivo da aplicação da gestão sustentável, mas a consequência.

Hoje, em plena era da informação, a sociedade tem anseios mais complexos referente à postura das organizações ante a comunidade. Para tanto, a imagem da empresa tem sido vinculada com seus trabalhos sociais e propostas de alcance aos desfavorecidos. Eis a crescente estratégia do marketing social.

O tema RSE tem sido bastante discutido e assim como o diálogo sobre a preservação da natureza - que ultrapassou as fronteiras acadêmicas - o mesmo tem ocorrido com o discurso sobre essa temática. A RSE deve fazer parte da empresa em toda a sua estratégia empresarial, portanto, todos os níveis da organização devem estar interagindo em favor da RSE. A imagem da empresa afeta diretamente o seu valor de mercado. O envolvimento com programas e ações de cunho social é sempre aprovado e apoiado pelos colaboradores das empresas de um modo geral, com isso, gerando um engajamento também

desses empregados com a causa social e conseqüentemente reforçando a imagem interna da organização por meio de sentimentos como o orgulho e respeito. A RSE agrega valor à empresa, diferentemente de ações isoladas que são realizadas esporadicamente e sem compromisso de continuidade. Para ações sociais que não estão agregadas a estratégia empresarial pode haver custos que em nenhum momento serão compensados já que esse tipo de prática não gera resultado para a instituição e podem até gerar uma dependência da comunidade para com a empresa). Dessa forma, as atividades de atuação social devem estar intrinsecamente ligadas ao planejamento estratégico da empresa e aptas para o monitoramento, controle e busca de melhorias contínuas (BUENO, SERPA et al, 2002).

Entretanto, em dissonância com a ideia de que práticas de ações sociais têm característica paternalista ou de caridade a ponto de gerar custos desnecessários por não estarem fundamentadas em um plano estratégico e por isso, dificilmente, poderão ser vinculadas com a imagem da empresa, entende-se que, essas práticas, mesmo que esporádicas, são pequenas centelhas que contribuirão, ainda que por um breve momento, para o apoio das classes menos favorecidas. Essas ações independentes e isoladas de ajuda às comunidades podem em algum momento servirem como pesquisa exploratória ou até mesmo protótipo para um projeto bem estruturado de RSE.

Para Melo Neto e Froes (1999), a RSE é fundamentada na decisão da empresa em participar mais efetivamente e diretamente das ações voltadas para a comunidade e também na preservação do meio ambiente. Sendo assim, a RSE é configurada como uma ação continuada e sobre essa definição e característica não há dúvidas, porém, ações sociais/filantropia não podem ser rotuladas como algo desnecessário e que geram custos à organização ao ponto de serem evitadas, mas, deve haver um incentivo para que essas ações se tornem parte integrante da empresa e alcancem um público maior e, claro, agreguem valor a imagem institucional.

4.2 Economia de Comunhão (EdC)

A Economia de Comunhão (EdC) surgiu em 1991 idealizada pela fundadora do Movimento dos Focolares (movimento laico de inspiração cristã-católica fundado em 1943), Chiara Lubich, na ocasião de uma visita a cidade de São Paulo.

A italiana, Lubich, ficou preocupada com a desigualdade social e má distribuição de renda em linhas geográficas tão próximas; favelas e construções civis luxuosas vizinhas umas das outras comunicavam desigualdade, ou seja, em um mesmo território havia concentração

de renda e abundância e também havia pessoas em condições subumanas e com escassez de alimentos. Com isso, ela teve a intuição de fazer algo para mudar este cenário e contribuir para a justiça social e solução dos problemas que comprometem o direito à vida, como a pobreza (BRUNI, 2005). A EdC surge nesse contexto. Quartana (1992, p. 19) usa as seguintes palavras sobre a origem da EdC:

(...) deveriam nascer sociedades empresariais onde cada um tivesse a possibilidade de participar, ainda que modestamente, mas de forma muito difundida. A gestão de tais empresas seria confiada a pessoas capazes e competentes, em condições de fazê-las funcionar com a máxima eficiência e lucratividade. E aqui está a novidade: este lucro seria colocado em comum.

A partir desse projeto, inicialmente, pensado para ser vivenciado nas cidadelas do Movimento dos Focolares e recebido por um público específico, origina-se o modelo de gestão alternativo denominado EdC. Esse modelo é identificado por ações que priorizam valores baseados na reciprocidade e relacionamento com o próximo. Entretanto, como qualquer outro modelo de gestão, a EdC possui características técnicas e ferramentas oriundas de pesquisas empíricas e científicas nas mais diversas áreas do conhecimento, tais como economia, administração, engenharia de produção, direito e outras (MENEGASSI, 2013).

A EdC é um tipo de economia civil (corrente cultural de interpretação da economia baseada nos princípios da fraternidade e reciprocidade) pautada no incentivo da empresa na prática da responsabilidade social, para tanto, esse modelo de gestão é aplicado por empresas em todo o mundo e tem uma proposta desafiadora: promover comunhão e partilha do lucro empresarial. Como resposta aos problemas sociais e possibilidade de uma gestão inovadora, a EdC, acredita que a empresa além de exercer forte influência na sociedade e ser detentora de recursos e poder tem como função social praticar a partilha e o incentivo as ações que gerem correntes de distribuição de boas atitudes e contribuição para a formação de “homens novos” (LUCAS, 2007). Entende-se por “homens novos” como pessoas que compreendem a necessidade de promover igualdade e justiça social a partir de uma reforma de pensamento e atitudes perante a sociedade, e, claro, esses “homens novos” são caracterizados por meio da internalização de valores de fraternidade e reciprocidade. Além disso, seriam esses “homens novos” que participariam da sustentabilidade do projeto da EdC.

Diante disto, a EdC tem como proposta o lucro colocado em comum, ou seja, empresários, acionistas, investidores que permitam o compartilhar do lucro. Segundo Bruni (2005, p. 26 e 27, grifo do autor):

Dessa experiência [indignação de Chiara Lubich] brotou uma intuição: estender a dinâmica da comunhão individual dos membros dos Focolares – que já a praticavam desde seus primórdios em Trento (Itália) – às empresas, convidando empresários e acionistas a colocar o lucro delas em comum. Naqueles primeiríssimos dias, a ideia delineou-se de modo mais preciso. O lucro das empresas deveria ser colocado em comum, mas destinado a três objetivos precisos: 1) para o desenvolvimento da empresa; 2) para a difusão da chamada cultura da partilha; 3) para os pobres, primeiramente para aqueles que frequentam as comunidades dos Focolares. As três partes – um terço, um terço, um terço – representaram o slogan com o qual tudo teve início, e que ainda hoje inspira o projeto.

As três partes citadas no texto transcrito têm a seguinte finalidade:

- a) Desenvolvimento da Empresa - O lucro será destinado para a manutenção e investimentos para o crescimento e aumento da capacidade produtiva da empresa levando em consideração uma gestão sustentável.
- b) Difusão da partilha e comunhão - O lucro será destinado aos envolvidos diretamente com a organização: funcionários, colaboradores, agentes internos da organização e será usado para a disseminação na cultura do “dar” por meio da formação de “homens novos”.
- c) Destinado aos pobres - O lucro será empregado no projeto de assistência da EdC que destina esse valor para alcance dos necessitados.

O projeto da EdC não tem característica de um plano emergencial, mas como modelo de gestão preocupa-se em desenvolver os negócios da organização e maximizar o lucro, e, portanto, serve para gerir com práticas sustentáveis a entidade que o adere. Mesmo sendo um tipo de economia civil não deve ser considerada como um tipo de economia solidária, ambas têm suas particularidades e ideologicamente são distintas (MENEGASSI, 2013).

A EdC, tem se estruturado como um modelo de gestão que recorre à exigência da qualificação profissional, competência e criatividade por parte dos gestores e ocupantes dos cargos dos níveis estratégico, tático e operacional. Além disso, a EdC propõe uma mudança cultural que “[...] é capaz de oferecer elementos importantes para uma nova compreensão da natureza e dos limites do mercado, da empresa e das suas relações recíprocas, e de abrir novas e relevantes perspectivas de ação” (BRUNI, 2005, p. 71).

Hoje, no mundo são mais de 800 empresas que estão organizadas segundo o modelo da EdC e aproximadamente 1800 organizações desde a fundação do projeto tiveram participação e aderência a esse novo modelo de gestão mesmo que durante um período curto de vivência:

Referente à sua origem é importante ressaltar a importância do Cristianismo na construção da economia e dimensão mercadológica que temos nos nossos dias. O primeiro modelo de banco como instituição financeira foi projetado por franciscanos e durante séculos a Igreja Romana foi à grande norteadora dos princípios morais, espirituais e, também, econômicos. Dessa forma, a EdC não deve ser vista como um modelo restrito a um público e nem limitada a crenças ou interpretações dogmáticas, mas, na realidade, como uma alternativa de gestão e em seu escopo ferramentas resultantes de pesquisas e geração de conhecimento no campo acadêmico (MENEGASSI, 2013).

Entende-se que a proposta da EdC é fundamentada em teorias e conceitos já existentes como os da RSE e gestão ambiental. Entretanto, a EdC sugere ações singulares e possui uma característica impar em relação a outros modelos de gestão. Entretanto, seus objetivos finais não diferem dos objetivos da RSE, como veremos posteriormente. Além disso, a EdC aborda os conceitos das teorias acima citadas de forma inovadora e busca gerar uma nova cultura através da formação de "homens novos".

Para Lucas (2007): "O lançamento deste projeto pode ser considerado uma tentativa de, através de estruturas antigas presentes no mercado, se buscar uma solução para resolver problemas sociais atuais. Foi o crescimento da pobreza o fator propulsor do sistema de gestão empresarial que se conhece hoje como EdC."

A EdC almeja não só que as empresas que aderem ao projeto evidenciem atividades que não estejam sujeitas apenas a maximizar os lucros, mas, contribuir para outras pessoas sintam-se impelidas a comprometer-se com as causas sociais e arcar com sua responsabilidade enquanto principal formador da sociedade.

De acordo Faller (2010, p.130):

É importante reforçar que a Economia de Comunhão não se apresenta como uma nova forma de empresa, como alternativa àquelas existentes, como aconteceu com o movimento cooperativista. Ela deseja transformar, a partir de dentro, as estruturas convencionais das empresas (sejam elas sociedades por ações, cooperativas ou non-profit), imprimindo às relações, dentro e fora da empresa, um estilo de vida de comunhão

Em seguida na Tabela 1 são apresentados os conceitos e características das empresas capitalistas, as solidárias e as de Economia de Comunhão (EdC).

Capitalistas	Solidárias	Economia de Comunhão
A finalidade básica é maximizar o lucro sem considerar os meios, para depois ser apropriado pelos acionistas e proprietários dos meios de produção	A finalidade básica não é maximizar o lucro, mas a quantidade e a qualidade do trabalho	A finalidade básica é maximizar o lucro sem considerar os meios, para depois partilhar com beneficiários da EdC
A autoridade e o controle pertencem aos investidores e aos acionistas	A autoridade e o controle pertencem aos funcionários	A autoridade e o controle pertencem aos empresários, ou aos empregados quando são cooperativas
Separação entre trabalho e a posse dos meios de produção é mediada pela racionalidade instrumental	Não há separação entre trabalho e a posse dos meios de produção	A separação entre trabalho e a posse dos meios de produção é mediada pela racionalidade capaz de comunhão
Tem lucro que é apropriado pelo capitalista e pelos investidores	Não tem lucro porque nenhuma parte de sua receita é distribuída em proporção às cotas de capital	Tem lucro que é apropriado pelo empresário, pelos beneficiários da EdC ou reserva quando se trata de cooperativa
O poder de mando está concentrado nas mãos dos capitalistas	Poder de mando está concentrado nas mãos dos empregados	O poder de mando está concentrado nas mãos dos empresários ou dos cooperativados
Isonomia de valores religiosos	Isonomia de valores religiosos	Inserção de valores religiosos

Tabela 1 - Conceitos e Características das Empresas Capitalistas, Solidárias e de Comunhão.
Fonte: Gonçalves (2004).

4.2.1 Elementos da EdC: Bens relacionais e reciprocidade

A estruturação da EdC não está restrita a partilha do lucro como visto anteriormente, mas como qualquer outro modelo de gestão, o projeto é fundamentado em alguns elementos principais que o conduzem a intensificação da vida social (FALLER, 2010).

Uma das principais características da EdC é a sua estruturação a partir de bens relacionais, ou seja, são bens que não podem ser mensurados por valores monetários ou

indicadores financeiros e da reciprocidade que será definida posteriormente. Para Lucas (2007, p. 19) bens relacionais são:

“... bens que não podem ser produzidos nem consumidos, ou seja, adquiridos por um único indivíduo. Eles dependem de modalidades de interações com os outros e podem ser gozados somente se co-divididos. São representados como uma forma particular de bens públicos locais, cuja condição essencial para existência é a exigência de reciprocidade e o fato de não poderem ser buscados, ou seja, conquistados independentemente; eles dependem de uma situação subjetiva e das pessoas envolvidas. Os bens onde cada um pode oferecer de maneira anônima não são relacionais.

Os bens relacionais possuem características singulares e que podem ser descritas segundo a concepção de Bruni (2006):

a) **Identidade:** diz respeito à identificação das pessoas que partilham desse bem, o contrário, ou seja, o anonimato não é parte integrante dos bens relacionais;

b) **Reciprocidade:** que remete à compreensão que são bens de relação e isso implica em um envolvimento onde cada um dos envolvidos dá e cada um dos envolvidos recebe;

c) **Simultaneidade:** corresponde ao momento em que o bem relacional é produzido consumido (vivenciado), ou seja, esse tipo de bem é produzido e consumido em um único momento pelos sujeitos envolvidos;

d) **Motivações:** é a base para a evidenciação do bem relacional. A motivação por trás do comportamento do indivíduo é o que determina a caracterização do bem relacional;

e) **Fator emergente:** é a característica de que o bem relacional só é relacional porque emerge dentro de uma relação;

f) **Gratuidade:** entende-se que o bem relacional não é o meio, mas o fim. Dessa forma, é caracterizado pela gratuidade, ou seja, acontece sem interesses além de vivenciar aquele bem;

g) **Bem:** determina que ele tem um valor, mas não tem um preço.

Sendo assim, entende-se que os bens relacionais são parte essencial da EdC e que comunicam a importância da interação e envolvimento entre as pessoas de forma que haja reciprocidade e partilha. Os bens relacionais expressam a sinceridade dos relacionamentos em quaisquer que sejam os âmbitos: doméstico, empresarial e etc. Além disso, esse tipo de bem não pode ser comprado no mercado, mas é idealizado a partir das relações e tem uma implicação direta para o fomento de uma nova cultura.

Para Bruni (2005), bens relacionais e reciprocidade caminham juntos. Isso ocorre devido ao fato de os bens relacionais serem constituído de relações e, por sua vez, as relações só podem ser usufruídas na reciprocidade. Com isso, entende-se que a reciprocidade é caracterizada pela bidirecionalidade, ou seja, é uma relação com a resposta do outro (FALLER, 2010).

Em concordância com as ideias de Bruni (2005), Lucas (2007, p. 24) afirma:

A reciprocidade genuína, portanto, não é um contrato, mas requer a resposta do outro. Ao se considerar que a relação ocorre no decorrer do tempo, existem alguns elementos que podem explicar este fato. A abertura para o outro deve conter um elemento anterior, não condicional, de gratuidade. Mas, para a continuidade da relação no tempo, para que a comunhão seja real, é necessária também a parte do outro, que deve dispor-se a uma atitude de resposta, de reciprocidade.

A partir da assertiva de Lucas (2007) acerca de reciprocidade genuína, entende-se que a reciprocidade genuína é um fenômeno que ocorre em meio a uma relação com motivações não egocêntricas ou pautadas na recompensa financeira, por exemplo, a presença de voluntários nas associações ou organizações sem fins lucrativos. Além disso, sabe-se que há outros tipos de reciprocidade além da genuína, como a reciprocidade-contrato e a reciprocidade-comunhão (BRUNI, 2006):

A **reciprocidade-contrato** que é a forma mais próxima à reciprocidade que a economia tradicionalmente conhece, e é caracterizada pela formalidade de um contrato, onde as partes devem cumprir com seus deveres e obrigações, com isso, há uma troca de equivalentes e se uma das partes não cumprir com o acordado, não há a presença da reciprocidade e o contrato pode ser anulado.

A comunhão também pode ser entendida como um tipo específico de reciprocidade ou um modo específico de entendê-la. Dessa forma, a **reciprocidade-comunhão** se difere substancialmente das demais reciprocidades quando permite que a ação/bem recebido pelo outro não retorne para quem o fez, mas para um terceiro, por isso é caracterizada ou entendida como comunhão (LUCAS, 2007).

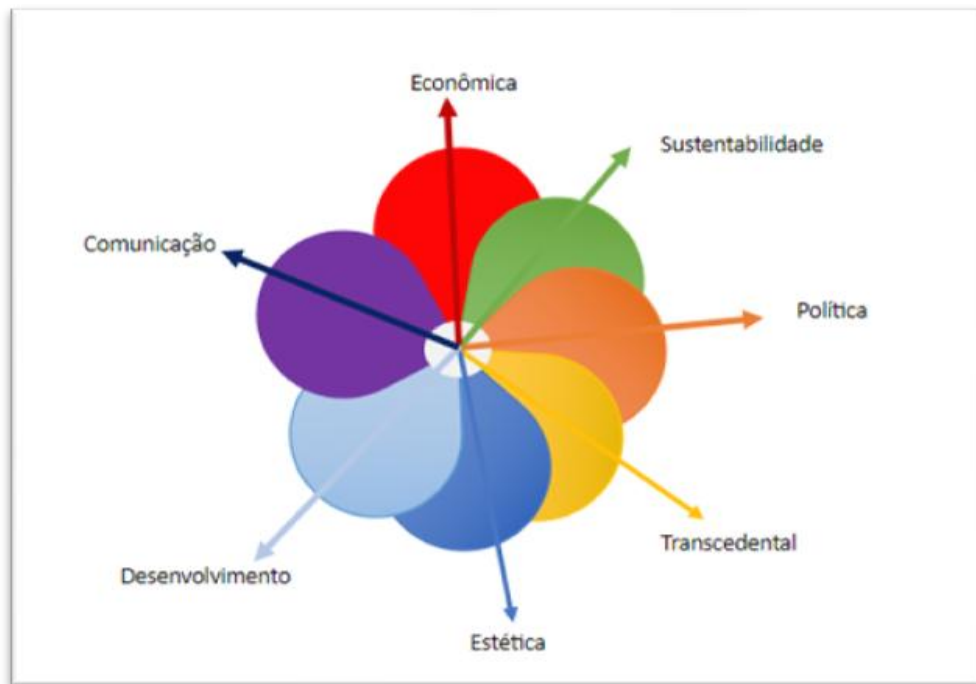
Sendo assim, a EdC propõe a formação de uma nova cultura e isso só é possível a partir da internalização de valores vinculados a comunhão e a fraternidade bem como a vivencia do compartilhamento dos bens relacionais e da reciprocidade. Essa perspectiva e proposta de fortalecimento das relações pessoais é a base para que no ambiente dos negócios o lucro seja colocado em comum, ou seja, a ação de partilhar o lucro em três partes e

propósitos distintos é o reflexo de uma ação mais complexa de captação de valores e consciência social.

O foco principal do modelo EdC é a reciprocidade e o respeito pela dignidade humana, coloca a pessoa humana no centro do um negócio. O modelo de Economia de Comunhão é uma verdadeira reviravolta antropológica de caráter não apenas econômico, mas também cultural. Além desses princípios, os empreendedores EdC devem ser guiados pelas sete dimensões do modelo de gestão. Embora exista separadamente e tenha sua importância intrínseca, todas elas convergem para unidade, similar ao que acontece com disco de Newton, onde a soma de todas as cores resulta em branco, que é a harmonia (SPECHT, 2018) e (FERRUCI, 2008).

- Vermelho: Representa a dimensão econômica e de compartilhamento, indicador financeiro, produtividade e participação nos lucros como um resultado da comunhão;
- Verde: Sustentabilidade, a dimensão da saúde e bem-estar dos membros e destinatários do bem produzido e da satisfação do cliente;
- Laranja: A dimensão política, a irradiação no sentido de convencer o valor da proposta em seus vários aspectos, principalmente substantivos;
- Amarelo: A dimensão transcendental e a fidelidade ao projeto em seu sentido fundamental e espiritual e responsabilidade social;
- Azul: A dimensão estética, harmonia no ambiente de trabalho, tanto no sentido físico quanto nas relações humanas e na prática da ética;
- Azul Claro: Desenvolvimento, eficiência, inovação e pesquisa, além do equilíbrio da missão, no sentido do comportamento de sabedoria;
- Violeta: A dimensão da comunicação e troca de experiência e interesse entre todas as empresas relacionadas, no sentido de através da comunhão efetiva, manter a unidade do projeto em torno de seus princípios.

Figura 1 - As sete dimensões da EdC.



Fonte: PEREIRA; FONSECA; WANDERLEY; LUCAS; ENEGEP (2018)

Um dos pontos mais característicos da Economia de Comunhão (EdC) é a chamada Cultura do Partilhar. Segundo esta cultura o ser humano é naturalmente chamado mais para doar do que para ter. Ou seja, se realiza mais doando do que possuindo. A solidariedade só pode existir quando se cala o próprio egoísmo. Para a adesão a gestão de empresas através da Economia de Comunhão a empresa é convidada a despertar aos princípios da solidariedade, bem comum, primazia do trabalho sobre o capital, destinação universal dos bens e dignidade humana, e a responderem a princípios e valores ético-espirituais nos negócios (LUBICH, 2002).

Considera-se que a empresa na sociedade humana e ambiental destina o lucro para três finalidades: Reinvestimento na empresa; Partilha com os excluídos do sistema econômico vigente; Formação de homens e mulheres novos capazes de afirmarem a racionalidade de comunhão (BRUNI, 2002). Este conceito está de acordo com o que Bruni et al. (2008) aborda sobre o conceito que o bem estar do indivíduo é um dos mais importantes desejos que o homem almeja.

5. METODOLOGIA

5.1 Tipo de estudo

No tocante a metodologia, a princípio, fora feita uma revisão da literatura acerca do tema RSE a fim de ampliar o assunto sobre a temática. Além disso, o estudo realizado é do tipo exploratório e qualitativo.

Quanto à natureza da pesquisa corresponde a um estudo descritivo, que analisou o modelo de gestão da Economia de Comunhão (EdC) sob a ótica da Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Para tanto, segundo Gil (2010) uma pesquisa descritiva recorre à descrição das características de uma população específica ou fenômeno ou, ainda, o estabelecimento de relações entre variáveis.

5.2 Tipo de pesquisa

Esta pesquisa se caracteriza como sendo de estudo de caso, que é identificado pelo conhecimento e análise de uma situação em especial ou contexto específico que pode trazer informações preciosas para as mais diversas áreas do conhecimento. Para Yin (2005) o estudo de caso pode ser uma ferramenta estratégica e de importância singular para várias situações e estudos de fenômenos vistos de forma individual, ou seja, um conjunto de fenômenos complexos pode ser investigado através de fenômenos isolados para a maior compreensão do todo. De forma técnica, Yin (2005) define estudo de caso da seguinte forma: “Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidos”.

5.3 Local e Sujeitos de Pesquisa

A população do estudo é constituída pelos proprietários e funcionários das empresas estudada, e para tanto, o estudo foi estruturado pela seleção de amostras por acessibilidade por meio de entrevistas semiestruturadas.

As unidades de análise desta pesquisa foram empresas da cidade de Caruaru-PE de diversos ramos, lavanderias, fábricas de confecções, fábricas de alimentos, supermercados, prestadoras de serviços, metalúrgicas e fábrica de bateria.

5.4 Materiais

Os materiais utilizados na pesquisa compõem: instrumentos do tipo roteiros das entrevistas.

5.5 Período de realização do trabalho

O trabalho foi realizado no prazo de nove meses. Ocorrendo a pesquisa a partir do primeiro semestre do ano de 2018, sendo a coleta dos dados realizada durante dois meses consecutivos.

5.6 Critérios de inclusão e exclusão

No tocante ao critério de inclusão, os selecionados foram os proprietários e os colaboradores de ambos os sexos, sem restrições de renda familiar, idade, escolaridade ou estado civil, porém que estejam escalados para aquele dia de trabalho.

Referente ao critério de exclusão, os demais colaboradores que não estiverem na unidade de pesquisa no dia da coleta dos dados serão excluídos. Outro ponto a ser destacado é a ausência de riscos no tocante a aplicabilidade da pesquisa, ou seja, a possibilidade de danos à dimensão física, psíquica, moral, intelectual, social, cultural ou espiritual do ser humano por parte da pesquisa realizada é mínima, ficando restrita a possibilidade de constrangimento por parte do pesquisado. Entretanto, para que o risco de constrangimento seja minimizado, o pesquisado foi informado que estaria livre para não participar da pesquisa ou caso comece a pesquisa, a qualquer momento, poderá desistir de dar continuidade a mesma. Para tanto foi entregue uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE para cada pesquisado.

5.7 Coleta de dados

Os dados foram coletados por meio de observações in loco, análise documental e por entrevistas feitas aos proprietários e colaboradores das empresas. Para Yin (2005), as entrevistas são uma das mais importantes fontes de informações para um estudo de caso. Outra face do levantamento dos dados é a temporalidade, com isso, recorre-se a pesquisa transversal para que a apuração das informações seja feita sem estipular um tempo de observação de uma determinada variável, mas um levantamento de dados feito exclusivamente no momento das visitas.

5.8 Procedimentos operacionais

As visitas foram agendadas com a empresa de acordo com a disponibilidade de tempo para acompanhamento dessa atividade.

5.9 Análise de dados

Referente ao tratamento dos dados, a pesquisa pode ser identificada como qualitativa (indutiva). Logo, fazendo-se necessária também a revisão de literatura a partir da consulta em artigos, livros, sites e periódicos para análise dos resultados obtidos e subsídio para a fundamentação teórica do estudo.

Além disso, foi realizada a análise do discurso com base em Chizzotti (2008) para a interpretação dos dados obtidos tendo como referência a caracterização própria da estratégia de pesquisa utilizada: estudo de caso.

Sobre essa estratégia de pesquisa, Chizzotti (2008, p. 65) afirma que ela: “objetiva reunir os dados relevantes sobre o objeto de estudo e, desse modo, alcançar um conhecimento mais amplo sobre esse objeto, dissipando as dúvidas, esclarecendo questões pertinentes e, sobretudo, instruindo ações posteriores”.

6. RESULTADOS E ANÁLISES

Empresas que tomam ações que comprometem a qualidade de vida dos agentes envolvidos com a organização (colaboradores, comunidade, redes de suprimentos e etc.) e que causam impactos negativos ao meio ambiente podem sofrer consequências, por exemplo, queda nas vendas, desvalorização das ações na Bolsa de Valores, a formação de um clima organizacional que implicará na insatisfação dos agentes internos da empresa resultando num declínio produtivo.

Segundo Fritzen apud Donaire (1995): “a sociedade está mais atenta ao comportamento ético das empresas, o que tem resultado em novas leis e regulamentos que tentam melhorar o padrão ético das corporações e causado o surgimento de novas posturas estratégicas...”

Dessa forma, é de suma importância conhecer e analisar novos modelos de gestão sob a ótica de uma teoria e ideologia que é determinante para o crescimento de uma empresa e para sua participação no contexto social de forma efetiva e eficiente. Estudos como esse contribuem para que práticas de compromisso social sejam conhecidas e aplicadas em outras organizações com o intuito de prover condições que favoreçam os menos favorecidos e gerem desenvolvimento social.

Dessa forma, entende-se que através dos resultados que foram obtidos será possível conhecer um modelo novo de gestão e suas implicações para com a sociedade. Além disso, compreende-se que essa temática está na vanguarda dos estudos na área da Engenharia de Produção.

Quadro 1 - Questionário fechado aplicado nas organizações

Questão:	Pergunta:	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6	Empresa 7	Empresa 8	Empresa 9	Empresa 10	Empresa 11	MÉDIA PARCIAL	DESVIO PADRÃO
1	Você considera sua empresa socialmente responsável?	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4,545455	0,655555
3	A empresa busca motivar e proporcionar aos funcionários a qualificação de trabalho?	4	5	5	5	4	3	4	5	4	3	4	4,181818	0,715819
4	Com relação a satisfação dos funcionários com o trabalho como você avalia a empresa?	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4,454545	0,49793
5	Existe uma relação recíproca e de respeito entre os funcionários?	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4,909091	0,28748
6	Os funcionários se sentem realizados pessoalmente?	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4,090909	0,514259
7	Existe diálogo entre o patrão e os funcionários?	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4,727273	0,445362
8	Como você avalia, de um modo geral, o padrão de comportamento da empresa?	4	4	3	4	3	4	5	5	4	3	5	4	0,738549
9	A economia da empresa tem uma visão social, na qual por meio dos seus lucros procura ajudar a comunidade que está inserida?	2	3	4	3	3	3	3	5	3	1	3	3	0,953463
10	Os problemas e as novidades da empresa são colocados em comum, ou seja, todos os funcionários têm conhecimento?	5	3	3	4	3	3	4	5	5	5	3	3,909091	0,899954

Fonte: Próprio Autor (2018)

Continuação quadro 1

Questão:	Pergunta:	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6	Empresa 7	Empresa 8	Empresa 9	Empresa 10	Empresa 11	MÉDIA PARCIAL	DESVIO PADRÃO
11	A empresa tem o hábito de levar em consideração as propostas de melhoria ou inovação que os funcionários compartilham com os chefes?	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3,727273	0,616575
12	Como seria aceito a proposta de dividir o lucro da empresa em 3 partes, uma para o crescimento da empresa, outra para os pobres e outra para o investimento na formação?	4	3	3	4	2	2	2	5	4	2	3	3,090909	0,995859
13	A empresa promove reuniões regulares para desenvolver as relações interpessoais e para ajudar a resolver situações difíceis?	5	4	3	5	3	3	5	5	5	4	4	4,181818	0,833196
14	Os funcionários têm o hábito de realizar trabalhos em grupo?	4	5	3	3	2	4	5	5	2	4	5	3,818182	1,113404
15	A empresa cumpre suas obrigações fiscais tendo relacionamento transparente com o governo?	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4,727273	0,445362
17	Ações relacionadas ao âmbito social são realizadas pela empresa com frequência?	4	3	4	4	5	4	3	5	2	1	3	3,454545	1,157084
18	O meio ambiente é um fator que a empresa procura levar em consideração, preservando bem o seu meio?	3	3	5	5	5	5	4	5	4	2	2	3,909091	1,164204
19	A empresa promove momentos de interação com as famílias dos funcionários?	5	2	3	1	2	2	5	4	4	1	5	3,090909	1,504813
20	De modo geral, como a empresa poderia ser avaliada com relação aos fatores sociais, econômicos e pessoal?	4	3	3	5	4	4	5	5	4	3	5	4,090909	0,792527
MÉDIA POR EMPRESA:		4,222222	3,944444	4	3,833333	3,722222	4	4,444444	4,611111	3,833333	3,5	4,045455		

Fonte: Próprio Autor (2018)

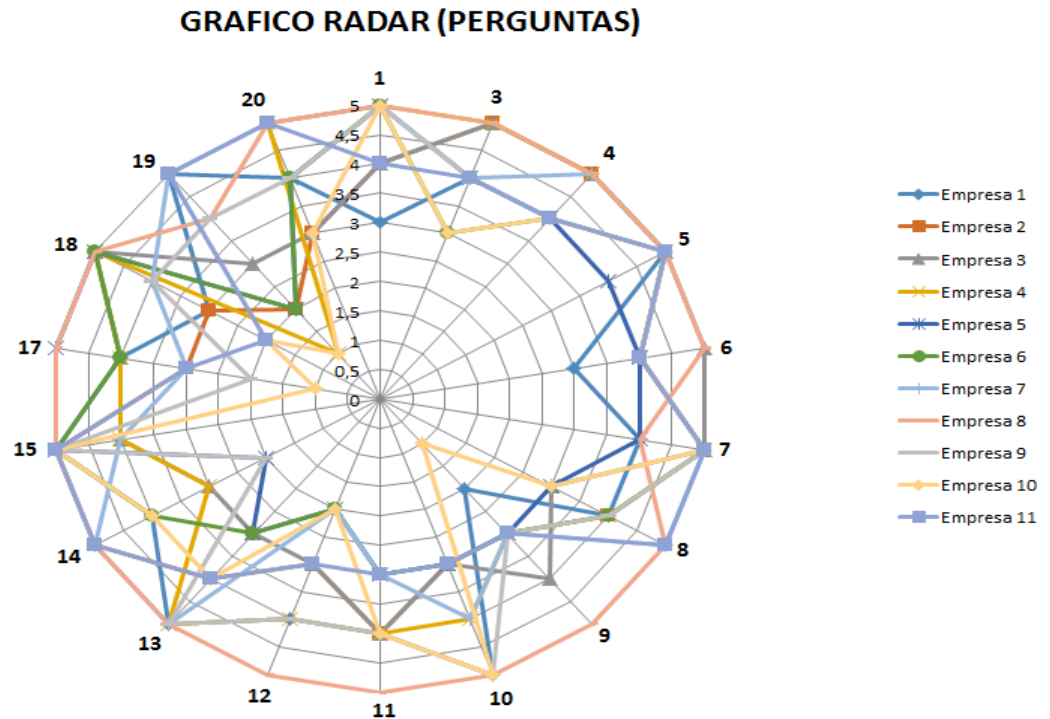
Quadro 2 - Questionário aberto aplicado nas organizações

Questão:	Pergunta:	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Empresa 6	Empresa 7	Empresa 8	Empresa 9	Empresa 10	Empresa 11
2	Elenque ações e/ou investimentos que a empresa realiza para seus funcionários.	Qualificações	Buscar melhorias dos funcionários com a sociedade	Ajudar os funcionários sempre que eles precisarem.	Promoções de cursos técnicos, feedback avaliativo, confraternizações, eventos relacionado a saúde.	Capacitação para os funcionários	Capacitação via SENAC, Eventos de lazer no SESI, Eventos de gincana e interação entre os funcionários a cada 6 meses.	Treinamentos	Em época de confraternizações, a empresa distribui cestas para seus funcionários.	Realizar empréstimos aos funcionários e cursos de capacitação.	Nenhum	Cursos profissionalizantes e de atualização.
16	Quais as ações praticadas pela empresa que visam preservar o meio ambiente?	Nenhuma	Tratamento de efluentes e reutilização de água.	Reutilização dos retalhos dos tecidos.	Contratar empresas terceiras para descarte de produtos químicos, Venda de materiais descartáveis para empresas de reciclagem.	Reciclagem	Eventos de gincana voltado ao meio ambiente.	Destinação adequada de resíduos	Logística reversa: (coleta de pilhas e baterias)	Distribuição de mudas.	Nenhum	Separar os resíduos antes do descarte.

Fonte: Próprio Autor (2018)

Através dos dados obtidos realizou-se um estudo estatístico, para compilar todos os resultados, de acordo com o gráfico tipo radar demonstrado abaixo no gráfico 1, observasse que algumas empresas já demonstram os princípios básicos da economia de comunhão, enquanto outras precisam se adaptar mais para chegar a esses princípios, constatando não ser uma realidade tão distante de ser conquistada no meio organizacional.

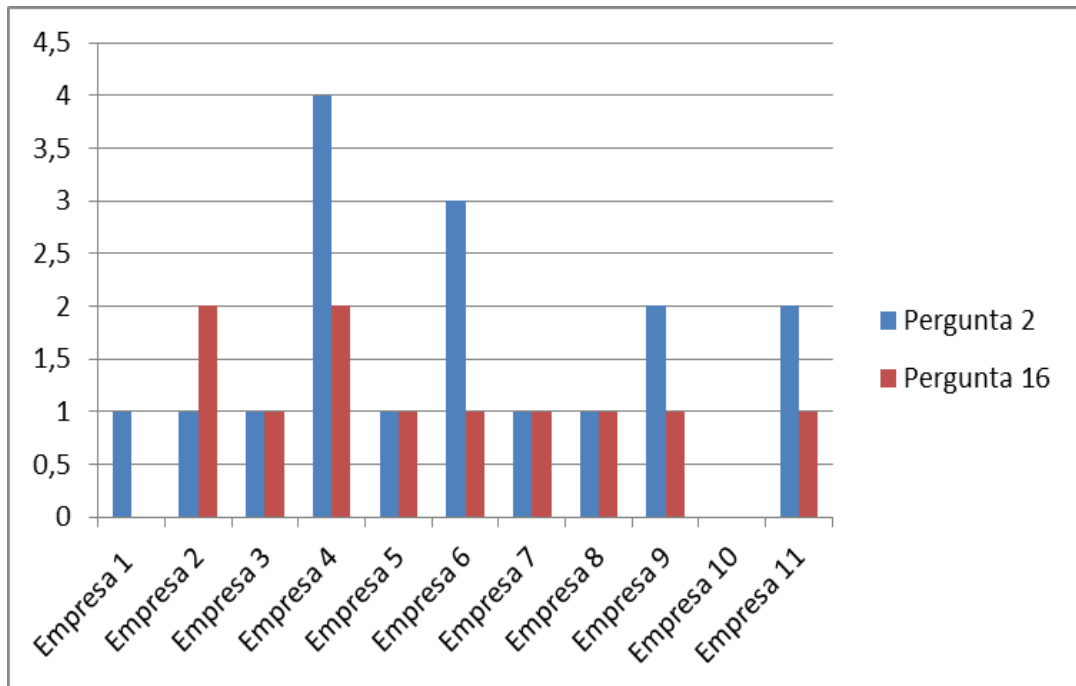
Gráfico 1 - Avaliação da EdC nas Organizações



Fonte: Proprio autor (2018)

Em relação as ações desempenhadas pelas organizações no intuito de beneficiar seus colaboradores e o meio ambiente de acordo com os padrões da economia de comunhão, observasse que a empresa 8 é a que mais se aproxima aos padrões. As demais empresas mostram uma oscilação entra as perguntas, e necessitam de uma maior concordância com os princípios de EdC, para melhorar a qualidade de vida.

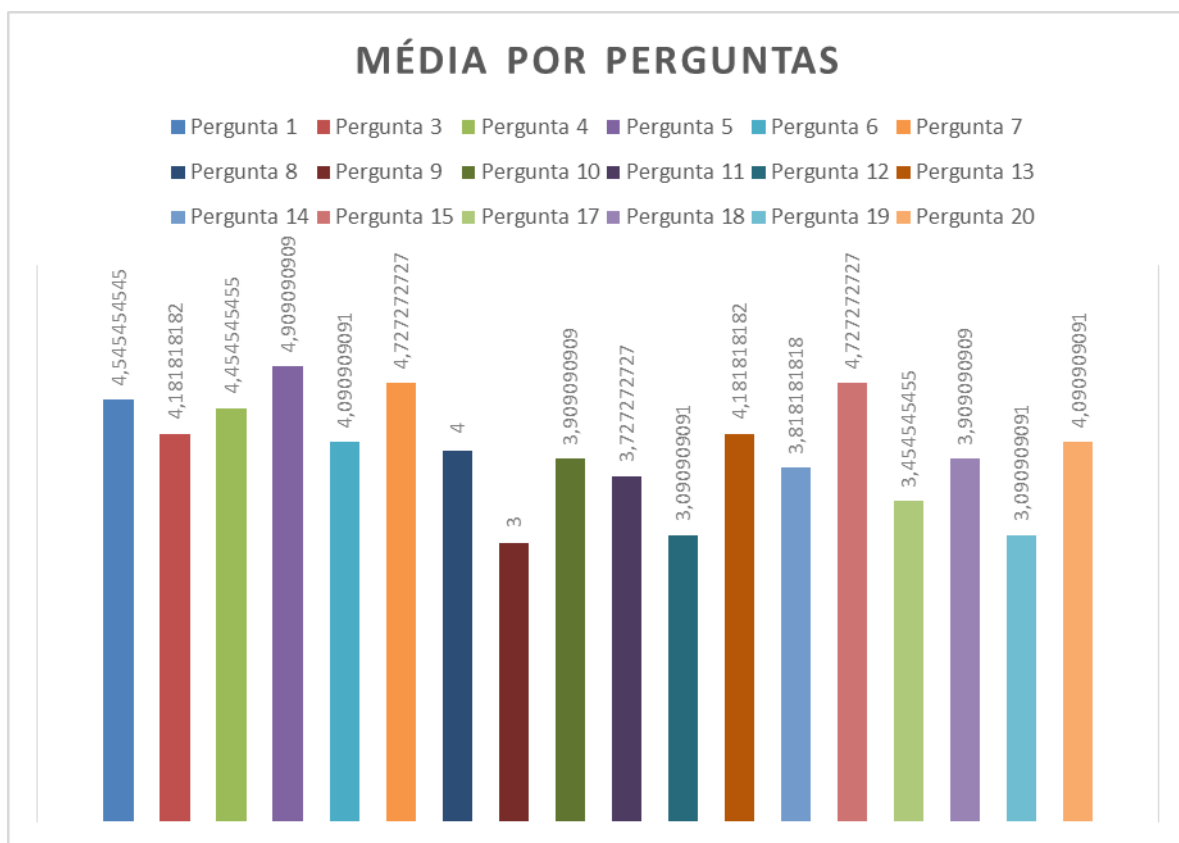
Gráfico 2 – Número de ações desenvolvidas



Fonte: Próprio Autor (2018)

Em relação as ações de investimentos e meio ambiente realizados pelas empresas no intuito de beneficiar seus colaboradores e o meio ambiente, observasse a partir do gráfico 2 a ausência de iniciativas no setor, ou seja, necessita de uma maior concordância com os princípios de EdC, para assim melhorar a qualidade de vida dos funcionários e ações voltadas ao meio ambiente.

Gráfico 3 - Avaliação das Médias por perguntas



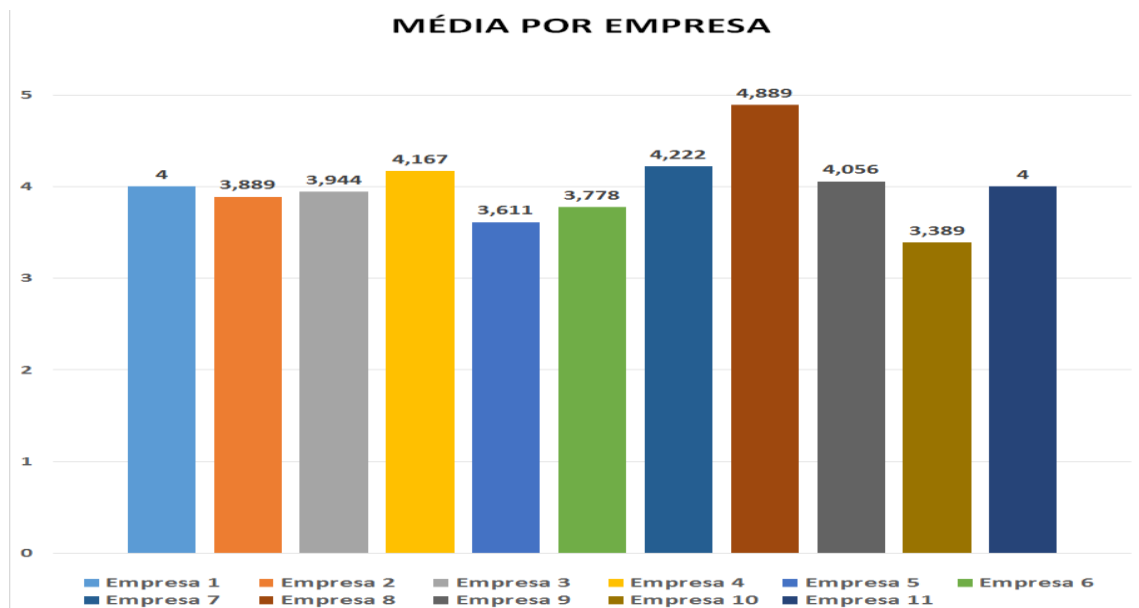
Fonte: Próprio Autor (2018)

De acordo com o questionário de perguntas relacionadas a economia de comunhão, foram realizadas 18 perguntas com resposta de 1 a 5, onde 1 é longe dos padrões da economia de comunhão e 5 é totalmente nos padrões.

É observado uma média relativamente boa em relação a pontuação das perguntas. A pergunta 8 que trata da questão comportamental da empresa, teve média 3, a mais baixa em relação as demais perguntas que tiveram medias mais razoáveis.

De acordo com as medias, foi constatado que as empresas possuem características relativamente boas em relação aos padrões da economia de comunhão, precisando melhorar nas questões comportamentais das empresas e fatores ambientais e econômicos, mostrando não está tão distante dos padrões de excelência da economia de comunhão.

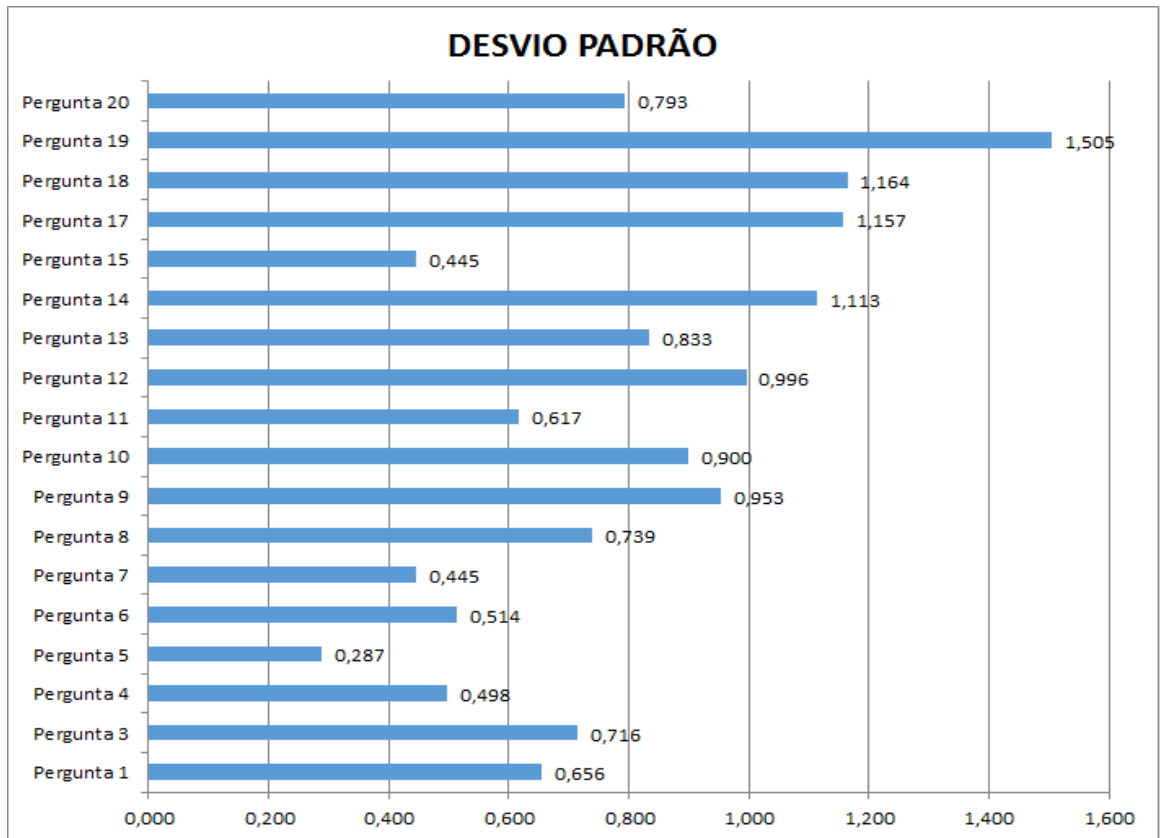
Gráfico 4 – Média por Empresa



Fonte: Próprio Autor (2018)

Fazendo uma avaliação geral dos resultados, percebe-se que as médias alcançadas pelas empresas estão bem próximas do objetivo da pesquisa, ou seja, estão engajadas na perspectiva da economia de comunhão. É observado a menor média na empresa 10 que precisa melhorar questões comportamentais e ações relacionadas ao meio ambiente.

Gráfico 5 - Desvio Padrão dos Resultados



Fonte: Próprio Autor (2018)

7. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Na Economia de Comunhão (EdC) a solidariedade tem lugar sobre individualismo, homem tem primazia sobre o capital, não havendo oposição entre bem individual e bem social e tendo a cultura de Ser para Si substituída pela do Ser com o Outro. No sistema empresarial há uma incorporação mesmo que tímida, de outro modo tipos de agir vinculados a princípios éticos multidimensionais. Permite-se, dessa forma, se pensar na hipótese de que a adoção de Responsabilidade Social Empresarial e da Economia de Comunhão a processos de Gestão Empresarial revelam experiências concretas que vão na direção de tornar o modelo de racionalidade e utilitarista econômico mais equilibrado (DALABRIDA, 2005).

Levando em conta a impossibilidade de cobrir de forma exaustiva todos os componentes inerentes ao tema selecionado, sugerem-se, para pesquisas futuras, revisão literária da ética protestante e formas de economias oriundas dessa realidade, pontos ora não discutidos.

Além do mais, pretende-se dar prosseguimento a este estudo em trabalho futuro, ampliando o referencial teórico e aprofundamento a análise do objeto, mediante a adoção de estratégias metodológicas, que investiguem de forma mais ampla a Economia de Comunhão, sem limitar-se a um caso específico, conscientes de que Economia de Comunhão merecem uma atenção constante e ininterrupta para melhor qualidade de vida dos povos e desenvolvimento das nações.

Observa-se que algumas empresas já demonstram os princípios básicos da economia de comunhão, outras precisam se adaptar mais para chegar a esses princípios, constatando não ser uma realidade tão distante de ser conquistada no meio organizacional.

De acordo com os dados da pesquisa, foi constatado que as empresas possuem características relativamente boas em relação aos padrões da economia de comunhão, no entanto precisam melhorar nas questões comportamentais das empresas e nos fatores ambientais e econômicos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

BARBIERI, J. C. et al. Responsabilidade Social e Filantropia Estratégica: Uma Análise dos Relatórios de Sustentabilidade de Empresas Brasileiras. **Anais... ENANPAD – XXXV Encontro da Anpad**. Rio de Janeiro/ RJ – de 4 a 7 de setembro de 2011.

BARBIERI, J. C. **Gestão Ambiental Empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BARBIERI, J. C.. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**. As estratégias de mudanças da Agenda 21. Petrópolis. Ed. Vozes. 2009.

BAVA, S. C. **O terceiro setor e os desafios do Estado de São Paulo para o século XXI**. Mimeo, 2000.

PEREIRA; FONSECA; WANDERLEY; LUCAS, Jeferson. **Getão de empresas Edc**. ENEGEP. Maceió/AL, 2018

BUENO, E., SERPA, P. T., SENA, R. B., OLIVEIRA, R. J., SOEIRO, S.. A responsabilidade social e o papel da comunicação. Instituto Ethos. **Responsabilidade Social das empresas: a contribuição das universidades**. Prêmio Ethos Valor. Vol.1. São Paulo, Editora Peirópolis, 2002.

BRUNI, L., SUGDEN, R. The road not taken: how psychology was removed from economics, and how it might be brought back. **The Economic Journal** 117, no. 516:146-73. Oxford Press. 2007.

BRUNI, L. **Reciprocità; dinamiche di cooperazione, economia e società civile**. Milão, Bruno Mondatori, 2006.

BRUNI, L., UELMEN, A. Religious Values and Corporate Decision Making: The Economy of Communion Project. **Fordham Journal of Corporate & Financial Law** XI: 645-80. 2006.

BRUNI, L. **Comunhão e as novas palavras em economia**. Vargem Grande Paulista, SP: Editora Cidade Nova, 2005.

CARDOSO, Ruth. **Cidadania Empresarial: O Desafio da Responsabilidade**. Update Br/EUA, Amcham, n. 363, p. 115-120, ago., 2000.

CARGNIN, C., A. Responsabilidade social empresarial: um estudo de caso em pequenas e micro empresas do ramo metal-mecânico instaladas no distrito industrial da cidade de Panambi/RS e cadastradas ao SEBRAE/RS. Minas Gerais: ENEGEP, 2011.

CARROLL, A. B. **The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders**. Business Horizons, July-August, 1991.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**, 10 ed. – São Paulo: Ed. Cortez, 2008.

DALLABRIDA, Ivan S. **Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e Economia de Comunhão (EdC): Racionalidade Empresarial na Construção do Desenvolvimento Sustentável**, ETHOS, 2005.

DAFT, Richard L. **Administração**. Tradução. 4. ed. Rio de Janeiro: Ed. LTC, 1999.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. 1 ed. 5 reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

DINIZ, Maria Helena. **Lições de Direito Empresarial**. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

DONAIRE, D. **Gestão Ambiental na Empresa**. São Paulo: Atlas, 1995.

FALLER, Maria Helena Ferreira Fonseca. **Economia de comunhão e função social da empresa: uma aproximação possível?** Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Jurídicas, Programa de Pós-Graduação em Direito, Florianópolis, 2010.

FERREIRA, C. P. Victor; CARDOSO, S. R. Antônio; CORRÊA, Carlos José; FRANÇA, Célio Francisco. **Modelos de gestão**. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

FERRARI, Aguilar. **A influência dos investimentos em responsabilidade social sobre a imagem e a capacidade competitiva das organizações**. Univ. Gestão e TI, Brasília, v. 1, n. 2, p. 137-163, jul./dez. 2011.

FERRUCCI, A. **Economy of Communion in Freedom.**, disponível em: <http://www.focolares.org.br/Page2edc.htm>, (acesso em setembro de 2008).

FURTADO, C. **O mito do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 117 p. 1974.

GARCIA, Joana Coeli Ribeiro et al. Responsabilidade social: contra ou a favor?. **Informação & Informação**, [S.l.], v. 20, n. 1, p. 303 - 318, mar. 2015. ISSN 1981-8920.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa?** 10 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOLLIER, C.; POUGET, S.. **The “Washing Machine”: Investment Strategies and Corporate Behavior with Socially Responsible Investors**. Institut d’Économie Industrielle (IDEI), Toulouse, 2014.

GONÇALVES, H.H. Sociabilidade do Projeto de Economia de Comunhão na Liberdade (EdC), COPPE/UFRJ. In: **Engenharia e Desenvolvimento Social**, Rio de Janeiro, 2004.

GONÇALVES, R. et al. SOCIAL DISCLOSURE E RETORNOS ANORMAIS: UM ESTUDO DE EVENTOS EM EMPRESAS BRASILEIRAS ABERTAS NO PERÍODO DE 2005 A 2012. **Revista de Contabilidade e Organizações**, São Paulo, v. 9, n. 24, p. 56-70, sep. 2015. ISSN 1982-6486.

KREITLON, Maria Priscilla. **A ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial.** In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO - EnANPAD, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004. p.1-15.

LIMA, Manolita Correia. **Monografia: a engenharia da produção acadêmica.** São Paulo: Saraiva, 2004.

LIVRO VERDE. COMISSÃO EUROPEIA. **Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas.** Direção-Geral do Emprego e Assuntos Sociais, 2001.

LOURENÇO, I. et al. The value relevance of reputation for sustainability leadership. *Journal of Business Ethics*, v. 119, n. 1, p. 17-28, 2014.

LUBICH, Chiara. Os Problemas de Desenvolvimento das Empresas de “Motivação Ideal”. In: BRUNI, Luigino (Org.); ARAÚJO, Vera; FERRUCCI, Alberto; BURCKART, Hans; GUI, Benedetto; ZAMAGNI, Stefano. **Economia de Comunhão: Uma Cultura em Várias Dimensões.** Vargem Grande Paulista: Cidade Nova, 2002

LUCAS, A. D. P. **A difusão de empresas de economia de comunhão no mercado sob a ótica da teoria dos jogos.** 2007. 152 f. Dissertação - Programa de pós-graduação em engenharia de produção da Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MENEGASSI, Claudia Herrero Martins, ARAUJO, Evandro Jose da Cruz. **Economia de comunhão e economia solidária: uma distinção de conceitos.** *Revista de Economia de Comunhão*, Rio de Janeiro, n 3, 2013.

QUARTANA, P. et al. **Economia de comunhão: propostas e reflexões para uma cultura da partilha, a cultura do dar.** Vargem Grande Paulista, SP: Editora Cidade Nova, 1992.

SCHWARTZ, M.; CARROLL, A. Corporate social responsibility: a three-domain approach. **Business Ethics Quarterly**, v. 13, n. 4, p. 503-530, 2003.

SEIFFERT, M. E. B., **Gestão Ambiental: Instrumentos, esferas de ação e educação ambiental**. 1 ed. São Paulo: Atlas 2010.

SERVAES, H.; TAMAYO, A. **The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness**. *Management Science*, vol. 59, n. 5, May, p. 1045-1061, 2013.

SPECHT L. **The Economy Of Communion In Freedom Project: A Resource for Catholic Business Education**, University of St. Thomas, Minnesota-USA.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira**. 6 ed. Revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2009.

TOLDO, Mariesa. Responsabilidade social empresarial. Instituto Ethos. **Responsabilidade Social das empresas: a contribuição das universidades**. Prêmio Ethos Valor. Vol.1. São Paulo, Editora Peirópolis, 2002.

URSINI, T. R.; BRUNO, G. O. A Gestão para a Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável. **Revista Fundação de Apoio à Tecnologia – FAT**. São Paulo: Ethos, mar/abr/mai-2005.

YEN, Meng-Feng et al. Does Corporate Social Responsibility Deliver Alpha?.*Journal of Economics and Management*, v. 11, n. 1, p. 23-45, 2015.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. Tradução de Daniel Grassi. 3. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZENISEK, Thomas J. Corporate social responsibility: a conceptualization based on organizational literature. **The Academy of Management Review**, vol. 4, n. 3, p. 359-368, jul. 1979.

APÊNDICE A

QUESTIONÁRIO-ECONOMIA DA COMUNHÃO FACULDADE ASCES-UNITA ENGENHARIA DE PRODUÇÃO PESQUISADOR:	
Quantidade de Funcionários: _____	
Cargo que exerce na empresa: _____	
Legenda:	
1-Não	
2-Regular	
3-Mediano	
4-Em partes	
5-Sim	
1.Você considera sua empresa socialmente responsável?	() ₁ () ₂ () ₃ () ₄ () ₅
3.A empresa busca motivar e proporcionar aos funcionários a qualificação de trabalho?	() ₁ () ₂ () ₃ () ₄ () ₅
4.Com relação a satisfação dos funcionários com o trabalho como você avalia a empresa?	() ₁ () ₂ () ₃ () ₄ () ₅
5.Existe uma relação recíproca e de respeito entre os funcionários?	() ₁ () ₂ () ₃ () ₄ () ₅
6.Os funcionários se sentem realizados pessoalmente?	() ₁ () ₂ () ₃ () ₄ () ₅
7.Existe diálogo entre o patrão e os funcionários?	() ₁ () ₂ () ₃ () ₄ () ₅
8.Como você avalia, de um modo geral, o padrão de comportamento da empresa?	() ₁ () ₂ () ₃ () ₄ () ₅
9. A economia da empresa tem uma visão social, na qual por meio dos seus lucros procura ajudar a comunidade que está inserida?	() ₁ () ₂ () ₃ () ₄ () ₅
10. Os problemas e as novidades da empresa são colocados em comum, ou seja, todos os funcionários têm conhecimento?	() ₁ () ₂ () ₃ () ₄ () ₅
11.A empresa tem o hábito de levar em consideração as propostas de melhoria ou inovação que os funcionários compartilham com os chefes?	() ₁ () ₂ () ₃ () ₄ () ₅
12. Como seria aceito a proposta de dividir o lucro da empresa em 3 partes, uma para o crescimento da empresa, outra para os pobres e outra para investimento na formação?	() ₁ () ₂ () ₃ () ₄ () ₅
13. A empresa promover reuniões regulares para desenvolver as relações interpessoais e para ajudar a resolver situações difíceis?	() ₁ () ₂ () ₃ () ₄ () ₅
14. Os funcionários têm o hábito de realizar trabalhos em grupo?	() ₁ () ₂ () ₃ () ₄ () ₅

15. A empresa cumpre suas obrigações fiscais tendo um relacionamento transparente com o governo? <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
17. Ações relacionadas ao âmbito social são realizadas pela empresa com frequência? <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
18. O meio ambiente é um fator que a empresa procurar levar em consideração, preservando bem o seu meio? <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
19. A empresa promove momentos de interação com as famílias dos funcionários? <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
20. De modo geral, como a empresa poderia ser avaliada com relação aos fatores sociais, econômicas e pessoal? <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5
2. Elenque ações e/ou investimentos a empresa realiza para seus funcionários.
16. Quais as ações praticadas pela empresa que visam preservar o meio ambiente?

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado Sr., você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa que tem por título: “**A GESTÃO DE EMPRESAS NO MODELO DE ECONOMIA DE COMUNHÃO: ESTUDO EM EMPRESA DE CARUARU**”. Sua participação não é obrigatória e consistirá em responder um total de seis questionários para coleta de dados acerca do tema supracitado. Não há riscos relacionados com sua participação, restritos a uma mínima possibilidade de constrangimento por parte do pesquisado. Porém, a qualquer momento você pode desistir de participar e retirar seu consentimento não necessitando apresentar nenhuma justificativa, bastando para isso, informar sua decisão ao pesquisador. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em relação ao pesquisador ou ao Centro Universitário UNITA-ASCES. O objetivo deste estudo é identificar como determinadas características de modelo de gestão influem na empresa. Os benefícios relacionados enquanto sujeito da pesquisa, são os de observar esse fenômeno como uma forma de compreender a dinâmica do atual cenário do consumidor professor universitário para que novas idéias surjam a ponto de contribuir para o desenvolvimento sustentável.

Os dados referentes à sua pessoa serão confidenciais e asseguramos o completo sigilo de sua participação durante todas as fases da pesquisa, inclusive após a publicação da mesma. Os dados não serão divulgados de forma a possibilitar sua identificação, evitando assim qualquer exposição. O seu anonimato será preservado por questões éticas. Você receberá uma cópia deste termo onde consta o telefone e o endereço do pesquisador para localizá-la a qualquer tempo.

Desta forma, após ter lido e entendido as informações e esclarecido dúvidas referentes a este estudo, concordo voluntariamente e dou meu consentimento:

Assinatura do pesquisado

Data: ____/____/____

Responsável:

CARTA DE ANUÊNCIA



Caruaru, de 2018

Assunto: SOLICITAÇÃO DE CARTA DE ANUÊNCIA

Prezado Sr

Diretor da Empresa

Os alunos a seguir do curso de Engenharia de Produção do Centro Universitário Tabosa de Almeida UNITA esta realizando a pesquisa acadêmica: Avaliação da qualidade de vida no trabalho segundo a percepção dos empregados em uma empresa de lavanderia na cidade de toritama – pe, cujo projeto segue em anexo, solicita a Va. Sa. autorização para coleta de dados em sua instituição.

Ressalta-se que não haverá custos para a sua instituição e não haverá interferência nas atividades operacionais da empresa durante a coleta. e os dados coletados serão antecipadamente apresentados a Va. Sa. para a aprovação.

Certos de sua contribuição para o desenvolvimento científico e tecnológico da nossa região

Atenciosamente

Aluno 1: Creuzomar Lira de Souza Júnior

Aluno 2: Igor Leite Vidal

Aluno 3: Nayan Cayck Oliveira Lima

Orientador da pesquisa: _____

Coordenador do curso de Enga de Produção: _____