

## **POLÍTICA ORGANIZACIONAL: Indicadores de responsabilidade social do instituto ETHOS, ABMES e ONU como meios de concretização de estratégias organizacionais**

**CAMILA CORRÊA TEIXEIRA**  
UNAMA - ALCINDO CACELA

**REGINA CLEIDE FIGUEIREDO DA SILVA TEIXEIRA**  
UNIVERSIDADE DA AMAZÔNIA

### **Introdução**

Inicialmente buscou-se demonstrar as transformações sociais e mercantis para compreender as ações desenvolvidas pela instituição de ensino superior, como também buscou-se estudar a adequação aos indicadores da Organização das Nações Unidas (ONU), Instituto Ethos e ABMES das ações desenvolvidas, para assim se poder reconhecer as características de cada indicador e a forma como pode ser considerado eficaz para a concretização da política organizacional das empresas, perpassando os quesitos de maior relevância da sustentabilidade, como abordagens ambientais, sociais e econômicas.

### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

A pesquisa tem como problema de pesquisa a indagação 'Até que ponto a política organizacional a partir dos indicadores de responsabilidade social do Instituto Ethos, Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES) e Organização das Nações Unidas (ONU) é meio de concretização das estratégias organizacionais?'. E objetiva a identificação adequada dos indicadores da Organização das Nações Unidas (ONU), do instituto Ethos e da Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES) nas ações de responsabilidade social das organizações de ensino brasileiras.

### **Fundamentação Teórica**

É trazida a apresentação dos indicadores de responsabilidade social do Instituto Ethos, Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES) e Organização das Nações Unidas (ONU) e a ligação destes indicadores com os fundamentos organizacionais, cultura organizacional e política organizacional, para que assim seja possível a constatação da necessidade destes e da relação existente entre os mesmos.

### **Metodologia**

A pesquisa é teórica, exploratória, bibliográfica e qualitativa (GIL, 2022) acerca da cultura e política organizacional e os indicadores da Organização das Nações Unidas (ONU), do instituto Ethos e da Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES), como caminho de efetividade para a responsabilidade social.

### **Análise dos Resultados**

A Responsabilidade Social Empresarial tem sido ponto focal de estudos referentes a sua aplicabilidade no mundo negocial, podendo-se inferir que a execução de ações de Responsabilidade Social é de fundamental importância nas empresas vez que se trata de uma estratégia de mudança de comportamento, se utilizando dos melhores elementos de abordagem tradicional social para que, em um processo integrado de planejamento e de ação, se aproveite de avanços tanto tecnológicos como de comunicação para repensar e reaplicar questões relativas à conscientização, mudança de valores e comportamentos pessoais.

### **Conclusão**

Temos que, para alcançar a concretização dessas estratégias organizacionais é necessário ter como fundamento e também incluir na política e na cultura organizacional a preocupação com responsabilidade social. Para isso, um dos caminhos é a utilização a fundo dos indicadores apresentados, quais sejam Instituto Ethos, Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES) e Organização das Nações Unidas (ONU).

### **Referências Bibliográficas**

A.C. GIL (2002), J.L. Albuquerque (2009), H. Aflalo (2012), M.C. Almeida (2003), R.G. Amaral (2022), P.A. Argenti (2014), I.P. Azevedo (2013), H.U. Baracho; M.A.B. Cecato (2017), L. Bardin (1977), H.R. Bawen (1957), Brasil (1988), A.B. Carrol (1979), I. Chiavenato (2004), K. Davis (1967), R. Dias (2011), M.C. Ferreira; E.L. Assmar (2004), ODS (2022), L.D. Giuzi (1987), A. Ignacio Calderon (2005), Instituto Ethos (2022), M.T. Jones (1996), E.M. Lakatos; M. de A. Marconi. (1988), A.L.L. Lopes (2006), R. Luz (2003), J.W. Mcguire (1963), ONU (2022), ORSIS (2018), R.N. Owens (1954), etc.

### **Palavras Chave**

Responsabilidade Social, Política Organizacional, Indicadores

## INTRODUÇÃO

A priori, se faz necessário frisar as transformações sociais e mercantis que perpassaram nossa sociedade, no sentido de o cumprimento das responsabilidades empresariais perante as comunidades ir além da finalidade lucrativa a elas inerente. “A Empresa Contemporânea assume o compromisso ético de não sacrificar o meio ambiente em favor de lucro rápido e fácil” (BARACHO; CECATO, 2016, p. 15). Verifica-se maior interesse das empresas em apresentar planos de ações que observem a efetivação de seus valores diante das comunidades, por meio dos mecanismos criados para as suas atividades, da consumação de garantias fundamentais e de sua função social.

Nesse ínterim, é necessário se debater, também, a importância da responsabilidade social para o cumprimento da função social das empresas, já que, “a responsabilidade social da empresa é o exercício de uma atividade transcendente à função social da empresa, que visa interesses sociais não previstos na função social da empresa, mas que estão ligados à atividade econômica da empresa. São valores sociais de realização facultativa” (ALL LOPES, 2006). Diante disso, observa-se que as empresas devem se utilizar de métodos, como os indicadores sociais, para que, por meio de ações de responsabilidade social, haja a possibilidade de concretização da função social de sua atividade.

Nesse sentido, o Princípio da Função Social, previsto especificamente na Constituição Federal de 1988, no inciso III do art.170 (BRASIL,1988) estabelece a todos a existência digna, de acordo com a justiça social, cumprindo-se com a função social da propriedade, possibilitando a geração de oportunidades e garantia de direitos para a sociedade, guardando-se, ainda o Princípio constitucional da Dignidade da Pessoa Humana, a fim de se permitir a todos o alcance de seus direitos essenciais.

Nessa perspectiva, o estabelecimento legal da função social representa o cumprimento de questões relativas às comunidades, já que “a função social da empresa representa, portanto, um conjunto de fenômenos importantes para a coletividade e é indispensável para a satisfação dos interesses inerentes à atividade econômica” (MC ALMEIDA, 2003, p.11). Em vista disso, a previsão legal assegura que medidas, como as ações de responsabilidade social, devem ser efetivadas para a concretização dos mencionados princípios constitucionais.

Nessa esteira, observando os ditames da responsabilidade social como meios de efetivação da função social das empresas, constata-se que pode ser um meio de equiparação das relações Estado-empresa-comunidade, uma vez que, “a função social da empresa constitui o poder-dever de o empresário e os administradores da empresa harmonizarem as atividades da empresa, segundo o interesse da sociedade, mediante a obediência de determinados deveres, positivos e negativos” (TOMAS E VICIUS FILHO, 2003, p. 40). Em razão disso, verifica-se a necessidade de integração entre a atuação estatal e empresarial, buscando que se obtenha mais efetivação das garantias sociais.

Neste diapasão, analisa-se ainda que, por meio das ações de responsabilidade social, é possível que a sociedade tenha uma nova percepção dos valores da empresa, percebendo-se para além da geração de melhores condições para comunidade, mas também para o negócio, devendo-se atentar sempre para as questões éticas e morais, já que “responsabilidade social exige coerência entre valores e atitudes, e isso é mais do que simplesmente uma “estratégia de marketing”, é um comprometimento ético com a comunidade, com a região e com o país nos

quais a empresa está inserida” (ALL LOPES, 2006). Por isso, torna-se necessário o efetivo comprometimento da empresa com essas ações.

Cumprir destacar a importância de se analisar as políticas de responsabilidade social sob a ótica dos indicadores organizacionais, como forma de métrica do cumprimento da sua função social e de uma atuação econômica responsável, sendo a responsabilidade social “uma faculdade posta à disposição do proprietário que, ao exercer a atividade econômica, poderá também contribuir voluntariamente na solução dos problemas sociais” (ALL LOPES, 2006), havendo, assim, uma complementaridade entre as ferramentas/políticas de responsabilidade social com a possibilidade de concretização da obrigação legal função social da empresa perante as comunidades, na promoção de sua cultura organizacional.

Nesse contexto, deve-se observar a aplicabilidade dos indicadores do Instituto Ethos, da Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior (ABMES) e da Organização das Nações Unidas (ONU) como exercício da responsabilidade social da empresa, podendo garantir uma justiça social e conseqüentemente gerando mais oportunidades para a sociedade e efetivando o desenvolvimento pautado na sustentabilidade. Assim sendo, Baracho e Cecato (2016) tratam que “as relações com a comunidade, meio ambiente, consumidores e trabalhadores constituem um dos meios de concretização do desenvolvimento social”, em que ações/ferramentas e a interação Estado-empresa e sociedade, possam conseguir que políticas progressistas sejam efetivadas.

A pesquisa é teórica, exploratória, bibliográfica e qualitativa (GIL, 2022) acerca da cultura e política organizacional e os indicadores da Organização das Nações Unidas (ONU), do instituto Ethos e da Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES), como caminho de efetividade para a responsabilidade social.

## PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVO

A pesquisa tem como problema de pesquisa a indagação ‘Até que ponto a política organizacional a partir dos indicadores de responsabilidade social do Instituto Ethos, Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES) e Organização das Nações Unidas (ONU) é meio de concretização das estratégias organizacionais?’.

E objetiva a identificação adequada dos indicadores da Organização das Nações Unidas (ONU), do instituto Ethos e da Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES) nas ações de responsabilidade social das organizações de ensino brasileiras.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A ideia de responsabilidade social está atrelada ao modo de pensar e agir das relações, quando relacionada às empresas, coloca-se em prática os objetivos pretendidos para se conquistar uma sociedade mais justa atrelada aos ideais organizacionais.

Nesse aspecto, nota-se que há forte expansão das corporações, quando estas apresentam responsabilidade perante as comunidades, podendo permitir forte desenvolvimento social, garantindo direitos e transformando realidades, já que:

A ideia da responsabilidade, tirando o aspecto jurídico, legal ou institucional, é que se a pessoa tem responsabilidade é porque ela tem poder para agir ou seja, é a ideia de que você cidadão pode transformar uma realidade. Você aonde quer que esteja, no seu ambiente profissional ou em uma atividade individual, tem responsabilidade em agir porque você pode agir. Você pode contribuir com os outros, com uma causa, pode aprimorar as relações sociais com determinado grupo (AMARAL, 2020)

Nesse diapasão, verifica-se a grande necessidade das empresas ou que as atividades individuais sejam alinhadas às questões relativas à responsabilidade social, haja vista que é através desta que se consegue agir e desenvolver projetos de elevada relevância para as comunidades.

O conceito de responsabilidade social surge na década de 50, tendo como um de seus criadores Bower (1957), apresentando duas ideias para os seus questionamentos: negócios são centro de poder e decisão e as interferências das empresas ocorrem direta ou indiretamente na vida dos cidadãos. Ressaltando ainda a responsabilidade que essas empresas têm, em vista do impacto que duas ações atingem sob a ótica social e ética, além do estímulo à riqueza.

Em vista disso, analisa-se o forte impacto sob as corporações com o surgimento da responsabilidade social, já que, as empresas passam a ter grande poder de agir na manutenção social, perpassando para além da seara econômica e atingindo os diversos setores das comunidades.

A priori, a responsabilidade social era uma prática de caráter pessoal, limitada à filantropia, com a doação de gestores ou criação de fundações. A Sociedade passando a cobrar por novas ações faz com que se inicie o novo marco da gestão social. Nesse aspecto, percebe-se que com as mudanças sociais, as necessidades do povo também foram alteradas, ensejando a propositura de novas políticas e ferramentas de desenvolvimento socioeconômico efetivo. Opiniões plurais passaram a surgir na década de 60, Keith Davis (1967) e J. McGuire (1963) mostram que a responsabilidade social não tem, necessariamente, por resultado o aumento dos lucros, mas sim a mudança da atuação das organizações em relação aos recursos econômicos e humanos da sociedade, aliados ao desejo de transformá-los em benefícios sociais. Com isso, é notório que a responsabilidade social é bem mais voltada para a possibilidade de se garantir direitos sociais, do que para os possíveis retornos financeiros.

Na década de 70, a sociedade passou a questionar as formas de lucros gerados nas empresas, de acordo com Argenti (2014), reconhecendo a ligação das práticas corporativas e do bem-estar social. Nesse sentido, Argenti (2014) relata sobre catástrofes, como vazamento de produtos químicos na Union Garvide de Bhopal, Índia 1984, e derramamento de óleo na Exxon Valdez, Alasca 1989, gerando cobranças exacerbadas da sociedade que acabaram por conscientizar as empresas de grande porte da importância dos fatores ambientais.

Nessa esteira, o conceito da Responsabilidade Social Empresarial surge em 1990, pelo Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável, chamado de World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), relacionando-a com o desenvolvimento sustentável, tendo como elementos a economia, o meio ambiente e as empresas, e objetivando o crescimento econômico, baseado na preservação ambiental, no respeito às necessidades dos agentes sociais e na melhoria da qualidade de vida das pessoas da sociedade, de acordo com Azevedo (2013). Por isso, verifica-se que a responsabilidade social empresarial se destaca para além do desenvolvimento monetário, mas também visa a prospecção social e ambiental, permitindo que as diversas searas das comunidades ampliem por meio da garantia de direitos, as questões relativas ao bem-estar coletivo.

Na atualidade, a expressão responsabilidade social é utilizada de forma comum, ainda que às vezes não seja compreendida, como menciona Albuquerque (2009). Existem duas direções para a compreensão desta questão, de acordo com Jones (1996), uma delas, se relacionaria às atitudes empresariais internas e a outra às atitudes externas, com as operações diárias, funções e empresas retiradas do contexto em que seus interesses estariam conectados diretamente. Diante disso, dentre as concepções acerca do conceito de Responsabilidade Social

Empresarial, nota-se que ela se relaciona diretamente com o planejamento interno e externo das empresas, proporcionando maior desenvolvimento organizacional.

Dessa forma, o Conselho Empresarial Mundial publicou um documento, na Cúpula Mundial de Desenvolvimento Sustentável, no ano de 2002, na cidade de Johannesburgo, na África do Sul, que apresenta a definição de Dias (2011) da Responsabilidade Social Empresarial, como sendo “o compromisso da empresa de contribuir ao desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando com os empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade em geral para melhorar sua qualidade de vida”. Nessa lógica, observa-se que a Responsabilidade Social Empresarial tem o comprometimento com as diversas searas das variadas camadas populacionais.

A expressão responsabilidade social, segundo Villela (1999), se perfaz em um comprometimento da empresa ou do empresário, de forma ética e gerando um crescimento na esfera econômica, melhorando a qualidade de vida de todas as pessoas neste entorno, como os funcionários e suas famílias, a comunidade e a sociedade em geral, nesse sentido:

Qualidade é palavra de ordem e condição essencial para o êxito de qualquer organização. Os desafios impostos pela velocidade do desenvolvimento tecnológico e pela globalização da economia, que tornaram a competitividade uma condição de sobrevivência em todos os setores, reforçam a importância da educação como instrumento estratégico fundamental de qualquer país. Nenhuma instituição tem compromisso mais antigo com a qualidade do que o sistema universitário. Em todo o mundo, o que separa as boas universidades das demais é o compromisso com a qualidade, pensando a sociedade como uma utopia em processo. (Todorov, João Cláudio, p.41,2005)

Este processo de desenvolvimento, na visão de Albuquerque (2009), é realizado com o instrumento da Responsabilidade Social Empresarial, identificando as práticas desta e os aspectos que a envolve, como por exemplo os investimentos, a sustentabilidade, o impacto e a imagem, além de identificar os pontos principais, sendo estes seus valores, sua transparência, a governança, o diálogo, a participação, o respeito aos indivíduos relacionados a esta atuação, as parcerias, o pensar nas futuras gerações, entre outras. Assim sendo, para que o desenvolvimento socioeconômico sustentável seja efetivo, é necessário que este se pautem em meios adequados, e através da ética e dos bons costumes consiga proporcionar qualidade de vida a todos em seu entorno. Carroll (1979) apresenta 4 tipos de Responsabilidade Social: Econômica, Legal, Ética e Discrecional.

**Figura 1:** Modelo Piramidal dos Tipos de Responsabilidade Social



Fonte: Carrol, 1979.

Dessa maneira, a base da pirâmide é a Responsabilidade Econômica, visando o lucro e os fatores essenciais para a sobrevivência da empresa, produzindo bens e serviços baseados nas demandas sociais, tornando-se assim a principal obrigação.

A Responsabilidade Legal está alicerçada na importância dada pela sociedade no comportamento das organizações, seguindo as legislações das diversas esferas, municipais, estaduais e federais. A Responsabilidade Ética está atrelada ao seguimento das regras e

preceitos da empresa que não estão atreladas às leis de forma obrigatória. E a Responsabilidade Discricionária é voluntária ou filantrópica, resultado da vontade da empresa de contribuição com a sociedade.

A promoção do Marketing Social tem metas e objetivos específicos, os quais são desenvolvidos e planejados por seu gestor, empresário ou empreendedor através da sua equipe. Na visão de Kotler e Roberto (1992), o Marketing Social promove mudança social por meio de projetos institucionais que seguem até uma prática social executada em determinada localidade ou grupo que assimilam o desafio.

A Responsabilidade Social Universitária (RSU), como gestão ética dos processos de ensino, pesquisa, extensão e administração institucional, é recentemente incorporada na educação superior e interage com diferentes projetos em disputa, no contexto das relações universidade-sociedade. (Da Silva, p.1, 2015)

Em relação à educação superior, temos que:

A responsabilidade social entra para a agenda da educação superior, seja como elemento incorporado a gestão, aos processos educativos e as práticas institucionais, seja como preocupação da ciência e objeto de pesquisa. Como categoria em construção, convida a universidade a reflexão crítica, à discussão interna, a busca pelo alinhamento de concepções e ao posicionamento institucional que responda de forma coerente às demandas da sociedade, em conformidade com a missão, identidade e cultura de cada instituição de ensino. (Da Silva, p.3, 2015)

Assim, temos a identificação da responsabilidade social universitária conjunta a um completo conjunto de variáveis criando estratégias de gestão vistas com potencialidade de alcance muito mais abrangentes, mesmo que sejam desafiadores e profundos, segundo Silva (2015).

Como retratam Calderón e Dos Santos (2019), não se pode restringir esta responsabilidade no hábito das universidades de um único departamento ou setor, vez que trata de valores que ultrapassam um só local, perpassando por toda a estrutura da instituição de ensino. Ainda assim, não impede que a existência de um departamento exista para a articulação e monitoramento dos esforços desta tão importante função.

Em vista do que aborda Vallaeys (2008), existem quatro áreas de gestão que devem estar atuando de forma conjunta: 1º Administração/Campus responsável: responsável pelo cuidado a qualidade de vida institucional e aos comportamentos éticos e democráticos; 2º Formação acadêmica integral, profissional e cidadã; 3º Investigação ou Gestão social do conhecimento: voltada à democratização da ciência; e 4º Participação social solidária e eficiente: com a extensão e projeção social, que visa a criação de redes de capital social.

Desta forma, a Responsabilidade Social Universitária jamais poderá ser um projeto visto como utópico e desconexo aos movimentos institucionais em sentido econômico, político e sociais. Ainda que se saiba que “os desafios de sua implantação como modelo de gestão implicam superar visões reducionistas e distorcidas que marcam a sua trajetória no campo da educação.” (Da Silva, p.6, 2015)

A cultura organizacional é entendida como um conjunto de normativas e leis que são compartilhadas pelos membros integrantes de uma organização determinada. Newstrom (2008) apresenta o sistema de leis e normas das organizações, conectadas aos princípios éticos, morais e culturais dos colaboradores, gerando um desenvolvimento complexo do sistema das normativas, costumes, leis e valores gerando procedência ao comportamento da organização, sendo ainda este único a cada uma delas. Por esse ângulo, nota-se que, através da união de normas regulamentadoras ligadas às questões legais, é possível proporcionar um

desenvolvimento organizacional possibilitando o alcance efetivo de direitos sociais para as comunidades às redondezas e também a sociedade em geral.

Ao falar sobre este desenvolvimento dentro das organizações, Zanelli, Borges-Andrade e Bastos trazem sua conceituação:

A cultura é considerada não como uma rede de comportamentos concretos e complexos, mas como um conjunto de mecanismos que incluem controles, planos, receitas, regras e instruções que governam o comportamento (ZANELLI; BORGES-ANDRADE; BASTOS, 2004, p. 416).

Nessa lógica, a cultura organizacional está para além de um sistema de normas regulamentadoras, haja vista ser também a união de meios para que se alcance a Responsabilidade Social Empresarial de forma efetiva, garantindo a todos a possibilidade da manutenção de suas garantias fundamentais.

Neste contexto, a cultura é caracterizada pelo desenvolvimento das interrelações dos membros de um grupo, da organização, e a adaptação que fazem no meio em que estão. “Falar em cultura implica falar sobre a capacidade de adaptação do indivíduo à realidade do grupo no qual está inserido” (PIRES; MACÊDO, 2005, p.84).

Para Robbins (2005) cultura é um conjunto de valores que certos membros compartilham estando em uma organização e que, ao serem vivenciadas, possibilitam diferenciar-se das outras. Chiavenato (2014) compara a cultura organizacional com um iceberg, demonstrando que o que é expressamente manifesta se torna de fácil identificação, logo o que for visto como concreto dentro de uma organização é o que ficaria à margem do iceberg e na parte inferior estão as de difícil identificação, como “as decorrências e aspectos psicológicos e sociológicos da cultura” (CHIAVENATO, 2004, p.122). Objetivando, nesta comparação, identificar os métodos utilizados pelas organizações de maneira específica possibilitando que seus colaboradores compreendam o funcionamento dos procedimentos no sistema da empresa. À vista disso, para que se tenha uma cultura bem consolidada, é necessário que se utilize de mecanismos organizacionais visando que os indivíduos apresentem a possibilidade de fácil adaptação, por terem suas garantias asseguradas, tornando estas manifestações de acesso livre para que alcance a todos à sua redondeza.

A cultura, de acordo com Luz (2003), pode ser apresentada pelo código de ética, ou pela declaração da visão, missão e dos valores da empresa, pelos seus slogans, e, também, pelo comportamento da organização e seus funcionários com o local e cultura social em que está inserida. E, para que isto ocorra, havendo um compartilhamento dessa cultura entre os integrantes da organização, é necessário que os gestores encorajem seus colaboradores ao alcance dos objetivos da organização, através de metas e elaboração de atividades planejadas. Ferreira e Assmar (2004) relatam que as organizações devem incentivar seus colaboradores no alcance dos objetivos básicos estabelecidos na empresa, disseminando os objetivos e gerando mais conhecimento da cultura organizacional da empresa, possibilitando, assim, maior geração de lucro e aprimoramento do desempenho para o alcance do que se pretende, tendo por base que, chegar nesses objetivos é algo possível para todos os integrantes da organização.

Logo, Paz e Tamayo (2004) apresentam um conjunto de fatores que devem ser apreciados por se tratarem de aspectos de suma importância para a compreensão da cultura organizacional, sendo eles: Valores Organizacionais, Poder Organizacional, Jogos Políticos, Ritos e Mitos.

- Valores Organizacionais: Luz (2003) traz os valores sendo compreendido como balizadores das prioridades da organização visando o alcançar o desenvolvimento dos objetivos. Logo, são os guias da vida da empresa, orientando os comportamentos dos sujeitos que a integram;

- Poder Organizacional: Capacidade de alcançar os resultados;
- Jogos Políticos: Comportamentos praticados por alguns integrantes da organização visando influenciar nas decisões utilizando o sistema de poder para atingir seus objetivos pessoais;
- Ritos: Para Luz (2003) são as atividades comuns da organização que visam atingir uma finalidade, como exemplo uma contratação ou uma demissão;
- Mitos: Ideias imaginárias que tem por objetivo reforçar crenças organizacionais.

Analisar estes fatores permite que a organização instrua seus integrantes sobre a cultura que seguem, determinando a forma como deverão agir, pensar e tomar decisões. Visto que, uma vez que são compreendidos de maneira clara, serão assim perpassados para futuras gerações de integrantes da organização, como um modo correto da realidade empresarial. Logo, a compreensão da cultura organizacional está diretamente ligada aos fatores externos e internos (exógenos e endógenos) do ambiente em que estão conectadas, inseridas.

Uma política organizacional é um conjunto de diretrizes que definirão o modo de agir dentro de uma organização, baseada na sua missão, na sua visão, nos seus valores e nos pilares estratégicos, para que os comportamentos da empresa estejam alinhados na direção que esta pretende, fortalecendo a sua cultura organizacional.

Conforme a definição de Giuzi (1987), “políticas organizacionais são guias orientadoras da ação administrativa para o atingimento das metas e objetivos estabelecidos para a organização”.

Logo, essas políticas são como guias de orientação, sejam normativas ou regramentos que balizarão as ações que devem ser desenvolvidas pelos colaboradores da empresa visando atingir metas e objetivos e ainda facilitam e servem como base para uma possível tomada de decisão.

Owens (1954) tem as políticas empresariais como sendo “princípios para a conduta de uma empresa, um curso geral de ação seguido por pessoas que são responsáveis pela administração do negócio e relações com os stakeholders”

Essas políticas podem estar relacionadas a ações que gerem maior produtividade das empresas, como políticas comerciais e orçamentárias, mas também pode estar relacionada a outros pontos referenciais da empresa para seu crescimento e a forma como quer ser vista pela comunidade que lhe cerca, como as políticas relacionadas a formações profissionais, a ações sociais e a prevenção estratégica de situações potencialmente perigosas no entorno da organização ou que ocorra com a comunidade interna e externa, nessa perspectiva:

Criar políticas extensionistas financeiramente viáveis, com projetos sérios e consistentes, enraizados nas atividades de ensino e de pesquisa, com uma estrutura gerencial ágil e pró-ativa, sustentado em sólidas parcerias e na valorização dos recursos humanos, é a grande meta na tentativa de aprofundar a dimensão pública das instituições de ensino superior. (IGNACIO CALDERÓN, ADOLFO, p.26, 2005)

Além disto, torna-se necessário a observância da qualidade nos serviços sociais prestados pelas IES, respeitando seu devido processo, com o intuito de se alcançar o interesse social.

Neste diapasão, com a gestão de processos e propositura de ações sociais a fim de cumprir com o papel comunitário, Orsies (2018), considera um campus universitário socialmente responsável, aquele em que todos os procedimentos institucionais associados às infraestruturas e características físicas da IES, reconhecendo o envolvimento de todos seus



setores acadêmicos e institucionais, integrando seus membros e atividades sociais, para essa finalidade, torna-se necessário o cumprimento de:

- Governança transparente e democrática, baseada numa sólida prestação de contas e integrando os princípios democráticos nas suas operações;
- Integração de uma orientação ética nos processos de gestão e atividades da organização, criando estratégias que possam suportar as ações operacionais desenvolvidas;
- Promoção de um efetivo acesso aos direitos humanos e do desenvolvimento de políticas inclusivas, com base nos princípios de justiça social, equidade de gênero, não discriminação e respeito pelas diversidades, de forma a criar um sistema educativo para todos;
- Gestão socialmente responsável das pessoas e das relações estabelecidas na organização, assente em sistemas justos, transparentes e participados, que promovam a aprendizagem ao longo da vida, a conciliação entre vida pessoal, familiar e profissional e sentimentos de pertença e satisfação por parte dos docentes, não docentes e investigadores;
- Promoção da justiça, transparência e equidade nas políticas de acesso às IES, de forma a ultrapassar eventuais constrangimentos colocados por fatores sociais, nomeadamente pela implementação de sistemas de ação social escolar adequados, bem como assegurar o acesso em qualquer momento do percurso de vida das pessoas;
- Criação e manutenção de um campus ambientalmente sustentável, seguro e saudável, que incorpore as preocupações ambientais, a promoção da saúde e da segurança no seu projeto educativo e laboral;
- Uma comunicação e marketing socialmente responsáveis, quer na preocupação de que toda a comunicação - conteúdos e meios - desenvolvida pelas IES seja ela mesma socialmente responsável, quer na comunicação da estratégia de responsabilidade social desenvolvida por estas organizações. (ORSIES, p.61, 2018)

Sabe-se que, com a globalização, a sociedade passou por diversas mudanças e, mediante isso, as empresas tiveram que se adaptar às novas realidades passando a se utilizar de ferramentas para que as questões relativas à responsabilidade social seguissem o patamar global de aplicabilidade dentro das comunidades.

Para corroborar com esse desenvolvimento necessário, surgiram vários modelos de balanços sociais, todos possuindo uma estrutura básica que se assemelha em diversos países que adotam esse tipo de instrumento na busca desse enquadramento a realidade corporativa social. No entanto, é necessário que possua algumas variações de acordo com as características do local de aplicabilidade, bem como região ou país, sendo assim, os relatórios que divulgam os balanços sociais das empresas são constituídos a serem instrumentos de gestão, informação e divulgação capazes de evidenciar os resultados alcançados pelas empresas e organizações nas áreas socioeconômicas e ambiental.

A chamada Agenda 2030, da Organização das Nações Unidas (ONU), foi desenvolvida visando garantir a justiça social plena e efetiva às nações signatárias, objetivando uma significativa melhora nas condições do bem-estar da coletividade por meio de políticas públicas, tendo no corpo do seu documento 17 objetivos discriminados em 169 metas, elaboradas e definidas com base nas problemáticas contemporâneas ao qual permeiam os cenários sociais, políticos e econômicos, todas ratificadas por 193 Estados-Membros.

Mantendo essa perspectiva, Food and Agriculture Organization (FOA) vem elaborando guias baseados nos 17 objetivos de desenvolvimentos sustentáveis da ONU, em um de seus guias divulgados 28 de dezembro de 2021, compreende que a sustentabilidade ultrapassa o

cuidado com o meio ambiente, em umas das 17 ações com o mesmo número dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) trata-se da responsabilidade social ligada ao consumo, os quais são: erradicação da pobreza; fome zero; boa saúde e bem-estar; educação de qualidade; igualdade de gênero; água limpa e saneamento; energia acessível e limpa; emprego digno e crescimento econômico; indústria, inovação e infraestrutura; redução das desigualdades; cidades e comunidades sustentáveis; consumo e produção responsáveis; combate às alterações climáticas; vida debaixo d'água; vida sobre a terra; paz, justiça e instituições fortes; e parcerias em prol das metas.

Para tanto, faz-se necessário observar a ação de número 8. “Compre de Lojas e Empresas com Responsabilidade Social - ODS 8”, o incentivo direciona-se aos consumidores e usuários de produtos e serviços a apoiar empresas conhecidas por boas condições de trabalho para seus empregados, definindo uma preocupação com a coletividade em volta destas empresas, um apoio a economia local que abre portas.

Além disso, merece destaque o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável nº4, em que se tem como propósito a garantia de uma educação de qualidade, inclusiva e equitativa.

Desta maneira, para se assegurar uma educação inclusiva, equitativa e de qualidade, a fim de promover aprendizagem e oportunidades para todos, foram apresentadas as seguintes metas:

- Até 2030, garantir que todas as meninas e meninos completem o ensino primário e secundário livre, equitativo e de qualidade, que conduza a resultados de aprendizagem relevantes e eficazes
- Até 2030, garantir que todos as meninas e meninos tenham acesso a um desenvolvimento de qualidade na primeira infância, cuidados e educação pré-escolar, de modo que eles estejam prontos para o ensino primário
- Até 2030, assegurar a igualdade de acesso para todos os homens e mulheres à educação técnica, profissional e superior de qualidade, a preços acessíveis, incluindo universidade
- Até 2030, aumentar substancialmente o número de jovens e adultos que tenham habilidades relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e empreendedorismo
- Até 2030, eliminar as disparidades de gênero na educação e garantir a igualdade de acesso a todos os níveis de educação e formação profissional para os mais vulneráveis, incluindo as pessoas com deficiência, povos indígenas e as crianças em situação de vulnerabilidade
- Até 2030, garantir que todos os jovens e uma substancial proporção dos adultos, homens e mulheres estejam alfabetizados e tenham adquirido o conhecimento básico de matemática
- Até 2030, garantir que todos os alunos adquiram conhecimentos e habilidades necessárias para promover o desenvolvimento sustentável, inclusive, entre outros, por meio da educação para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida sustentáveis, direitos humanos, igualdade de gênero, promoção de uma cultura de paz e não violência, cidadania global e valorização da diversidade cultural e da contribuição da cultura para o desenvolvimento sustentável
- Construir e melhorar instalações físicas para educação, apropriadas para crianças e sensíveis às deficiências e ao gênero, e que proporcionem ambientes de aprendizagem seguros e não violentos, inclusivos e eficazes para todos
- Até 2020, substancialmente ampliar globalmente o número de bolsas de estudo para os países em desenvolvimento, em particular os países menos desenvolvidos, pequenos Estados insulares em desenvolvimento e os países africanos, para o ensino superior, incluindo programas de formação profissional, de tecnologia da informação e da comunicação, técnicos, de

engenharia e programas científicos em países desenvolvidos e outros países em desenvolvimento

- Até 2030, substancialmente aumentar o contingente de professores qualificados, inclusive por meio da cooperação internacional para a formação de professores, nos países em desenvolvimento, especialmente os países menos desenvolvidos e pequenos Estados insulares em desenvolvimento (ODS | GT Agenda 2030)

Neste ínterim, cabe a vinculação do assunto trabalhado nos institutos a serem citados abaixo, já que os índices e indicadores observam as problemáticas e colaboram para os ajustes necessários para que se alcance as metas a serem atingidas para dessa forma chegar-se na efetivação da responsabilidade social, as dimensões sociais abordadas em temas como Direitos Humanos, Práticas de Trabalho, Questões Relativas ao Consumo bem como o Envolvimento com a Comunidade e seu Desenvolvimento, que são temas elaborados pelo Instituto Ethos com base em tópicos dos indicadores da ONU. Neste eixo:

Requer-se, hoje, da instituição universitária não só a formação de recursos humanos de alto nível de qualificação, mas também que proporcione uma educação que prepare para o pleno exercício da cidadania; requer-se não só que contribua para o avanço do conhecimento científico e tecnológico, mas também que a sua atividade de pesquisa esteja voltada para a resolução de problemas e de demandas da comunidade na qual está inserida e alinhada a um modelo de desenvolvimento que privilegia, além do crescimento da economia, a promoção da qualidade de vida. Requer-se, enfim, não só que a instituição universitária mobilize seus recursos humanos e materiais e o estoque de competências que possui para atender, em caráter supletivo, demandas específicas, mas também que, de forma sistemática, assuma papéis e funções sociais de responsabilidade do Estado. (ROQUETE DE MACEDO, Arthur, p.7, 2005)

Dessa forma, é de extrema importância que as empresas, no que tange principalmente, ao ramo da educação, se adequem a essa nova perspectiva, para assim manter o seu crescimento exponencial e com essas práticas seguir atingido o consumidor preocupado em consumir produtos e serviços ofertados por empresas que sigam adentrando no conceito da aplicabilidade social do seu negócio e da educação com qualidade nos parâmetros da ONU. Nesse sentido, “Estas instituições serão capazes de contribuir decisivamente para um projeto de desenvolvimento sustentado que garanta não apenas a melhoria dos indicadores econômicos, mas, sobretudo, daqueles que expressam avanços sociais.” (ROQUETE DE MACEDO, Arthur, p.12, 2005)

Para isso, será necessário que as Universidades apresentem 3 características que são chaves para a Responsabilidade Social Universitária, segundo François Vallaeys (2020), sendo essas o reconhecimento da coculpabilidade das Instituições de Ensino Superior, a transversalidade e a integralidade da política e a promoção da cocriação de mudanças organizacionais e transformações sociais.

Por isso, para que se tenha uma gestão socialmente responsável da produção e difusão de conhecimento, se faz necessário o (a):

- Desenvolvimento de uma política de Ciência Aberta, com base numa conceção de conhecimento científico como bem público, que deve estar disponível para todas as pessoas.
- Promoção da investigação colaborativa: Os problemas sociais exigem soluções que transcendem as fronteiras traçadas pelas disciplinas científicas e dos atores sociais tradicionalmente envolvidos nos processos de investigação e de construção do saber científico. Defende-se neste contexto processos de investigação inter e transdisciplinares que incluam distintos olhares sobre o mesmo problema.

- Difusão e transferência de conhecimentos junto da comunidade, facilitando os processos de desenvolvimento cultural, social e económico.
- Promoção de investigação orientada pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. A natureza dos objetivos de desenvolvimento sustentável enunciados na Agenda 2030 requerem abordagens científicas holísticas, que incluam distintas áreas do saber. Afirma-se, neste contexto, o reconhecimento da ciência como um bem público universal com uma utilidade social fundamental nas fundações do desenvolvimento sustentável. (ORSIES, p.111, 2018)

Nessa linha, a Organização da Nações Unidas (ONU), elabora indicadores voltados de maneira interna com abrangência externa relacionado às atividades de responsabilidade social dentro das corporações, a nível global mediante uma postura justa, visando o seu papel social diante das comunidades em sua volta, haja vista que, “o mundo dos negócios atualmente tem presenciado inúmeras ações provenientes dos vários setores produtivos, voltadas para a preservação do meio ambiente, para o bem-estar de seus colaboradores, clientes e fornecedores, o que de uma maneira geral, se traduz em preocupação de postura ética e cidadã perante a comunidade onde atuam” (Organização das Nações Unidas, 2006, p. 9).

Dessa maneira, o Sistema das Nações Unidas é um filtro de competências e habilidades, tornando democrático o acesso de todos às suas áreas para que seja possível o aperfeiçoamento de políticas públicas de desenvolvimento social e sustentável, para que seja garantido de forma efetiva os direitos fundamentais (Organização das Nações Unidas, 2016). Com isso, a ONU apresenta 16 Indicadores de Responsabilidade Social Corporativa os quais foram distribuídos em seis grupos: Comércio, investimentos e outros aspectos a eles relacionados; Criação de emprego e práticas laborais; Tecnologia e desenvolvimento de recursos humanos; Saúde e segurança; Governo e contribuições à comunidade; e Corrupção (UNITED NATIONS, 2008).

Nessa lógica, segue quadro de categoria e subcategorias de análise, segundo o Guia de Elaboração de Indicadores de Responsabilidade Corporativa em Relatórios Anuais da ONU:

**Figura 2:** Categorias e subcategorias de análise, segundo o Guia de Elaboração de Indicadores de Responsabilidade Corporativa em Relatórios Anuais da ONU

<b>Categoria</b>	<b>Subcategoria</b>
Comércio, investimentos e relações	Faturamento bruto total
	Valor das importações versus exportações
	Total de novos investimentos
	Compras locais
Criação de empregos e práticas empregatícias	Mão de obra total – analisada por tipo de emprego, tipo de contrato e gênero
	Salários e benefícios para os empregados – analisados por tipo de emprego e gênero
	Número total e taxa de rotatividade de funcionários – analisados por gênero
	Porcentagem dos empregados abrangidos por acordos coletivos
Tecnologia e desenvolvimento de recursos humanos	Gastos em pesquisa e desenvolvimento
	Média de horas de treinamento por ano por empregado – analisado por categoria de empregado
	Gastos com treinamento por ano e por empregado – analisado por categoria de empregado
Saúde e segurança	Custo da saúde e da segurança dos funcionários
	Dias de trabalho perdidos devido a acidentes, ferimentos e doenças relacionados ao trabalho
Contribuições ao governo e à sociedade	Pagamentos ao governo
	Contribuições voluntárias à sociedade civil
Corrupção	Número de condenações por violação de leis ou regulamentos relacionados à corrupção e ao valor de multas pagas/a pagar

Fonte: Adaptado de United Nations (2008).

Os indicadores da ONU são utilizados como referência no auxílio à formulação dos indicadores de institutos em níveis internacionais, no que tange à Responsabilidade Social Corporativa em Relatórios Anuais, sua evidenciação é voluntária assim como sua utilização total ou parcial pelas empresas. Dessa forma, seguindo os padrões da ONU, ainda de modo a estabelecer consensualmente as normas e padrões para orientar na elaboração desses relatórios conta-se com os reforços e contribuições ainda em nível mundial como a Global Reporting

Initiative (GRI) e em nível nacional têm duas organizações o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), e o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.

Nessa perspectiva, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, criado em 1988, desenvolveu indicadores para estar a serviços comerciais, e sua missão é “mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável” (INSTITUTO ETHOS, 2022). Por isso, pode-se definir da seguinte maneira a aplicabilidade do Instituto Ethos:

**Figura 3:** Formas de aplicabilidade do Instituto Ethos.



Fonte: Instituto Ethos, 2022.

Dessa forma, as novas aplicações e funcionalidades disponibilizadas de forma flexível pelos indicadores desta organização, possibilitam que as empresas observem detalhadamente seu comprometimento com a responsabilidade social perante a coletividade.

Em vista disso, para acompanhar essas movimentações mediante as novas condições apresentadas no mundo, o Instituto Ethos, elabora seus questionários na busca por manter a Responsabilidade Social Corporativa, se utiliza de indicadores globais como os desenvolvidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), em conjunto com as pesquisas trazem pontos que já são tratados internamente pelas empresas prestadoras de serviços, além de, flexibilizar os indicadores de seus questionários para que seja utilizado por diversas áreas como as que exercem o fornecimento de atividades educacionais. Diante disso, os indicadores são métodos utilizados para gerir as estratégias de negócio, de tal forma que as empresas se desenvolvam através da sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial.

Nesse aspecto, observa-se que há quatro dimensões pelas quais os indicadores se subdividem, no sentido que, por meio de uma visão estratégica, de políticas governamentais e de gestão, para que as empresas através deste apoio apresentem responsabilidade social e sustentável com a sociedade.

Nesse diapasão, é notório que estas esferas relativas aos indicadores do instituto Ethos possibilitam por meio destas ferramentas, grande auxílio às empresas, tanto de forma interna colaborando com as suas relações, como também para com a sociedade em torno desta organização, já que este instituto conceitua a responsabilidade social empresarial “como a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionam o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais” (INSTITUTO ETHOS apud AFLALO, 2012).

Mediante essa compreensão acima, as dimensões subdividiram-se em temas, subtemas e indicadores para que seja atingido com eficácia os resultados na utilização dos questionários disponibilizados, nesta busca de uma sociedade mais justa, inclusiva e sustentável, encontra-se um rol de empresas e organizações reconhecidas nacionalmente em sua maioria, quais todas seguem a observância e aceitação dos princípios ligados à responsabilidade social bem como o compromisso com eles, quais são imprescindíveis para se manterem associadas ao Instituto Ethos, comprometendo se dessa maneira com o auxílio na superação dos desafios encontrados no desenvolvimento sustentável.

A Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior (ABMES), fundada em 1982, representa atualmente as Instituições de Ensino Superior de educação particular em todo o território nacional, tendo como principal meta o engajamento destas e a consequente efetivação de seus objetivos e políticas públicas, visando a melhoria do ensino no país. Além disso, participa da construção e análise de normas legais, com o intuito de aproximá-las da realidade das instituições de educação superior efetivando direitos de grande relevância para o setor educacional.

Na busca para incentivar as empresas que são prestadoras de serviços de ensino superior no âmbito privado a seguir as mudanças globais a respeito de Responsabilidade Social Corporativa, a Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES) promove campanhas de responsabilidade social, estando em sua 17ª edição, impulsionando que as empresas apresentem propostas de ação, gerando estatísticas que representam a sua propagação, mediante a isso, para a aquisição do selo, estes devem praticar as ações, demonstrar os dados e os relatórios para verificar se houve efetivamente o alcance das garantias de direitos fundamentais, podendo as Instituições participantes obterem certificados com selo “Instituição Socialmente Responsável”, o qual atesta que essa empresa possui a preocupação com a sociedade no sentido do desenvolvimento sustentável e com o bem-estar da comunidade.

Compreende-se com a análise das ferramentas disponíveis para auxílio às organizações e empresas referentes ao balanço social que, das informações presentes nos indicadores utilizados nos relatórios, estas contribuem para a percepção da adequação empresarial às novas transformações mundiais relacionadas à responsabilidade social e ao desenvolvimento sustentável, proporcionando o bem-estar às comunidades. Portanto, busca-se analisar os programas internos das empresas para que se verifique se as proposições são adequadas à realidade corporativa e mundial.

Por conseguinte, nota-se ainda que, é possível relacionar os indicadores para melhor e mais ampla interpretação das ferramentas utilizadas por estes institutos para a manutenção da atividade empresarial e a consequente propagação de políticas de desenvolvimento sustentável e social.

Ante o exposto, percebe-se que a ONU em sua primeira e sexta categoria se relaciona com a segunda dimensão dos indicadores do Instituto Ethos, visando os novos investimentos, mediante a apresentação de relatórios e a preocupação com as questões sociais, dentre estas, a empregabilidade.

Em segunda análise, nota-se que além destas relações, pode-se verificar que a segunda e a terceira categorias da ONU se associam com a dimensão social levantada pelo Instituto Ethos.

Em conformidade a isso, constata-se que a relação entre esses indicadores demonstra a Responsabilidade Social Corporativa das empresas que apresentam a preocupação com as comunidades, tanto interna como externa de forma ampla para que todos alcancem suas garantias fundamentais de forma equitativa. Nesse alinhamento:

A Responsabilidade Social da universidade deve ser visualizada como o sistema imunológico de toda a IES, ou seja, um processo abrangente e transversal que garante que tudo o que é feito na instituição seja socialmente responsável, evite impactos negativos e promova impactos positivos. Isso vem da curiosa característica da responsabilidade social que “enreda” todos no mesmo destino. (Vallaey, François, p.33, 2020)

## DISCUSSÃO

A responsabilidade social empresarial tem sido, nos últimos anos, ponto focal para estudos referentes a visões positivas e negativas de sua aplicabilidade no mundo negocial,

podendo-se inferir que a execução de ações de responsabilidade social é de fundamental importância nas empresas vez que se trata de uma estratégia de mudança de comportamento, se utilizando dos melhores elementos de abordagem tradicional social para que, em um processo integrado de planejamento e de ação, se aproveite de avanços tanto tecnológicos como de comunicação para repensar e reaplicar questões relativas a conscientização, mudança de valores e comportamentos pessoais.

No Referencial Teórico foram apresentados os fatores que trazem favorecimento à discussão do tema, assim como os principais conceitos e desenvolvimentos empresariais com relação a sua responsabilidade social, relacionando-a às abordagens mais importantes para sua execução, como: meio ambiente, gestores, colaboradores, clientes, governo e comunidade.

É imprescindível se observar o esforço de empresas, principalmente na área da educação, no Brasil, para detectar sua trajetória e mecanismos de aplicabilidade das ações em prol de questões sociais e sustentáveis. O Compromisso com objetivos mundiais, tais quais as metas referentes aos indicadores da ONU, do Instituto Ethos e da ABMES refletem a preocupação com a sustentabilidade, que é tão enaltecida na literatura e muitas vezes não de fato aplicada nos casos concretos.

Assim, temos que para alcançar a concretização dessas estratégias organizacionais é necessário ter como fundamento e também incluir na política e na cultura organizacional a preocupação com responsabilidade social, para isso, um dos caminhos é a utilização a fundo dos indicadores apresentados, quais sejam Instituto Ethos, Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior (ABMES) e Organização das Nações Unidas (ONU).

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AFLALO, Hannah. O Instituto Ethos e a responsabilidade social: transparência e monitoramentos. *Ecopolítica*, n. 2, 2012.
- ALBUQUERQUE, J. L. Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- ALMEIDA, M. C. A função social da empresa na sociedade contemporânea: perspectivas e prospectivas. *Revista Argumentum-Argumentum Journal of Law*, v. 3, p. 141-152, 2003.
- AMARAL, R. G. Tudo o que você precisa saber sobre responsabilidade social. Fundação ABRINQ. Disponível em: [fadc.org.br/noticias/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-responsabilidade-social](http://fadc.org.br/noticias/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-responsabilidade-social). Acesso em: 10 mar. 2022.
- ARGENTI, P. A comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação. 6. ed. São Paulo: Campus, 2014.
- AZEVEDO, I. P. Responsabilidade social empresarial: benefícios para a sociedade gerando lucratividade para empresas. IX Congresso Nacional de Excelência em Gestão, 20, 21 e 22 de junho de 2013. Disponível em: <https://docplayer.com.br/7611284-Responsabilidade-social-empresarial-beneficios-para-a-sociedade-gerando-lucratividade-para-empresas.html>. Acesso em: 02 abr. 2019.
- BARACHO, H. U.; CECATO, M. A. B. Da função social da empresa à responsabilidade social: reflexos na comunidade e no meio ambiente. *Direito e Desenvolvimento*, v. 7, n. 2, p. 114 - 128, 12 jun. 2017.
- BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BOWEN, H. R. Responsabilidades sociais do homem de negócios. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1957.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília: Presidência da República, [1988]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm). Acesso em: 07 set. 2021.

CARROL, A. B. A Three dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979.

CHIAVENATO, I. Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações. São Paulo: Thomson, 2004.

DAVIS, K. Understanding the Social Responsibility Puzzle. *Business Horizon*, p. 45-60, 1967.

DIAS, R. Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FERREIRA, M. C.; ASSMAR, E. L. Cultura, Satisfação e Saúde nas Organizações. Porto Alegre: Artmed, 2004.

Grupo de Trabalho da Sociedade Civil para a Agenda 2030 do Desenvolvimento Sustentável. ODS. Disponível em: <https://gtagenda2030.org.br/ods/>. Acesso em: 28 de Julho de 2022.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas S/A, 2002.

GIUZI, L. D. A relação entre as políticas organizacionais e o processo de desenvolvimento de executivos. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1987.

IGNACIO CALDERÓN, A. Responsabilidade Social: Desafio à gestão universitária. In: Rocha Horta, Cecília Eugenia. Responsabilidade Social das instituições de ensino superior, 2005.

INSTITUTO ETHOS. Missão do Instituto Ethos. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/conteudo/sobre-o-instituto/> Acesso em: 02 de maio de 2022.

JONES, M. T. Missing the forest for the trees: a critique of the social responsibility concept and discourse. *Business and Society*, v. 35, n. 1, p. 7-41, 1996.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas, 1988.

LOPES, A. L. L. A empresa privada à luz da ordem econômica constitucional brasileira de 1988: papel, função e responsabilidade social. Tese de Doutorado. Dissertação–Mestrado em Direito da Universidade de Marília, Marília, 20 out. 2006.

LUZ, R. Gestão do Clima Organizacional. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

MCGUIRE J. W. *Business and Society*. New York: McGraw Will, 1963.

NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 9, 2013, Niterói. Anais. Niterói: UFF, 20, 21 e 22 de junho de 2013. ISSN 1984-9354.

NEWSTROM, J. W. Comportamento Organizacional: o comportamento humano no trabalho. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). Cartilha-Onu 2006. Disponível em: [http://www.dhnet.org.br/dados/cartilhas/a\\_pdf\\_dht/cartilha\\_de\\_responsabilidade\\_social\\_em\\_presarial.pdf](http://www.dhnet.org.br/dados/cartilhas/a_pdf_dht/cartilha_de_responsabilidade_social_em_presarial.pdf) Acesso em: 26 mai. 2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). Marco de parceria das nações unidas para o desenvolvimento sustentável 2017-2021. Disponível em: <https://brasil.un.org/sites/default/files/2020-07/Marco-de-Parceria-para-o-Desenvolvimento-Sustent%C3%A1vel-2017-2021.pdf> Acesso em: 10 mai. 2022.

ORSIES - Observatório sobre Responsabilidade Social e Instituições de Ensino Superior. Livro verde sobre Responsabilidade Social e Instituições de Ensino Superior. PRESS FORUM, SA - Comunicação Social, 2018.

OWENS, R. N. *Introduction to Business Policy*. R.D. Irwin: Illinois, 1954.



PAZ, M. G. T., & Tamayo, A. Perfil cultural das organizações. In A. Tamayo (Ed.). Cultura e saúde nas organizações. Porto Alegre: Artmed, 2004.

PIRES, J. C. S.; MACÊDO, K. B. Cultura organizacional em organizações públicas no Brasil. Revista de Administração Pública. Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: Acesso em 13 jun. 2011.

ROBBINS, S. P. Comportamento organizacional. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

ROQUETE DE MACEDO, Arthur. O papel social da universidade. In: Rocha Horta, Cecília Eugenia. Responsabilidade Social das instituições de ensino superior.

TODOROV, João Cláudio. O conceito de Responsabilidade Social nos estabelecimentos de ensino superior. In: Rocha Horta, Cecília Eugenia. Responsabilidade Social das instituições de ensino superior.

TOMAS E VICIUS FILHO, Eduardo. A Função Social da Empresa. Revista dos Tribunais, São Paulo, n 92, p 40-46, 05 abr. 2003.

UNITED NATIONS. Guidance on corporate responsibility indicators in annual reports. United Nations: New York and Geneva, 2008.

VALLAEYS, François. Manual de responsabilidade social universitária o modelo URSULA: estratégias, ferramentas e indicadores. Taquara, RS: FACCAT, 2020.

VILLELA, M. Respeito e responsabilidade social. Folha de São Paulo, São Paulo, p.1-3, 26 jul. 1999.

ZANELLI, J. C.; BORGES-ANDRADE, J. E.; BASTOS, A. V. B. Psicologia, organizações e trabalho no Brasil. In: SILVA, Narbal; ZANELLI, José Carlos. Cultura Organizacional. Porto Alegre: Artmed, 2004.