

A função social da empresa e a competitividade empresarial no Direito brasileiro

Rafael Pellenz Scandolara

Analista Jurídico do Tribunal de Justiça de Santa Catarina.
Especialista em Direito Público pela Escola Superior Verbo Jurídico
(Brasil)

SUMÁRIO

1 Introdução. 2 A função social da empresa na legislação brasileira. 3 O princípio da função social da empresa. 3.1 Função social *versus* responsabilidade social. 4 Influência da função social na competitividade empresarial. 5 Considerações finais.

RESUMO

A promulgação da atual Constituição Federal instituiu o Estado Social e Democrático de Direito no Brasil. A nova concepção de Estado determinou que todos os institutos jurídicos fossem reavaliados de acordo com sua função social, o que foi ratificado pelo Código Civil vigente. Primeiramente, o enfoque da doutrina e da jurisprudência foi direcionado aos aspectos sociais referentes ao direito de propriedade e aos contratos. Seguindo essa tendência, desenvolveu-se o princípio da função social da empresa, determinando a necessidade de equilibrar a nova ordem econômico-social às ideias do liberalismo clássico. Por um lado, os bens e serviços devem ser úteis à sociedade, contribuindo para a geração de empregos e o aumento do poder aquisitivo da população; por outro, o processo produtivo deve respeitar os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana e do respeito ao meio ambiente, de acordo com a ideia de desenvolvimento sustentável. Os custos provenientes das ações de responsabilidade social não inviabilizam a competitividade empresarial, uma vez que o investimento é recompensado pela valorização da imagem da empresa perante o mercado consumidor. Além disso, o desenvolvimento de lideranças socialmente responsáveis contribui para a melhoria do clima organizacional e da satisfação e motivação dos empregados, aumentando a produtividade da empresa. O princípio da função social da empresa é norma de ordem pública e deve ser observado por todos os juízes e tribunais à luz do caso concreto. O ordenamento jurídico brasileiro não dispõe de uma norma sancionadora positivada, mas isso não impede que ocorra a responsabilização da empresa que não promover o benefício da sociedade ao exercer suas atividades.

Palavras-chave: Brasil. Competitividade. Função social da empresa.

ABSTRACT

The enactment of the Federal Constitution established the Social and Democratic State of Law in Brazil. This new conception has determined that all legal institutions were reassessed according to their social function, which was ratified in the current Civil Code. In first place, the focus of the doctrine and jurisprudence was directed to the social aspects of property rights and contracts. Following this trend, it was developed the principle of social function of the company, determining that the new social-economic order must be balanced to the ideas of classical liberalism. On the one hand, goods and services should be useful to society, contributing to employments generation and increasing the purchase power of the population; on the other hand, the production process must respect the constitutional principles of human dignity and the environment rules, according to the idea of sustainable development. The social responsibility costs do not hinder the business competitiveness, since the investment will be rewarded with the appreciation of the company's image by the consumer market. Furthermore, the development of socially responsible leaders helps to improve the organizational climate and motivates the employees, increasing productivity. The principle of social function of the company is a public policy rule and must be observed by all judges and courts in the judicial cases. The Brazilian legal system does not have a specific punitive standard, but this does not prevent the liability of the company that does not promote the benefit of society in their activities.

Keywords: Brazil. Competitiveness. Social function of the company.

1 Introdução

A clássica noção de empresa, relacionada à disposição de produtos ou serviços no mercado com o intuito de obter lucro, não foi totalmente recepcionada pela atual Constituição da República Federativa do Brasil. A função econômica das empresas continua sendo relevante para o Estado, porém não pode ser sobreposta aos direitos sociais protegidos constitucionalmente. Dessa forma, a gestão das empresas brasileiras passou a ser norteadada pelo princípio da função social, conforme expressa o artigo 170, inciso III, da Carta Magna.

A consolidação da função social da empresa como princípio constitucional ratifica o importante papel da atividade empresária no contexto social brasileiro. O objetivo meramente econômico-financeiro que direcionava as ações empresariais foi relativizado e hoje deve ser conciliado com o oferecimento de benefícios para a sociedade. Tal entendimento aos poucos é assimilado pelo empresariado nacional, conforme destaca Maria Vidigal Darcanchy:

As empresas vivem na comunidade e não necessariamente da comunidade, esta afirmação é um elemento constatável que leva as empresas a um posicionamento sobre os problemas sociais que atingem o meio. De modo progressivo, as empresas compreendem seu papel social, como função reguladora de equilíbrio, uma vez que em grande parte os processos produtivos se modernizam rapidamente, exigindo novos patamares de preparação dos que ingressam no mercado de trabalho e, por conseguinte, estimulam um novo padrão de profissionais, que se tornam mais críticos, mais conscientes do seu papel social com maior criatividade (2008, p. 202-203).

De acordo com o princípio da função social, a atividade desenvolvida pela empresa deve apresentar resultados úteis à sociedade, de modo que contribua para a geração de empregos e o aumento do poder aquisitivo da população. Além disso, o processo produtivo deve respeitar a legislação trabalhista e conciliar ações que garantam a preservação dos recursos ambientais e do patrimônio cultural, em atenção ao princípio da dignidade da pessoa humana.

Ao contrário do que se possa imaginar, os custos provenientes das ações sociais não inviabilizam a competitividade empresarial, pois todas as empresas que atuam no território brasileiro devem observar os ditames da função social. Sendo assim, a empresa que se beneficiar por exercer suas atividades em desacordo com os valores de sua função social poderá ser responsabilizada nas esferas administrativa, cível e criminal.

2 A função social da empresa na legislação brasileira

A função social da empresa está presente na legislação infraconstitucional brasileira desde 1976, quando foi editada a Lei n. 6.404. Tal lei dispõe sobre a sociedade por ações e faz referência expressa à função social da empresa em duas oportunidades: no parágrafo único do artigo 116¹ e no *caput* do artigo 154².

Todavia, a necessidade de inserir valores sociais na condução das atividades empresárias somente foi devidamente incorporada no ordenamento jurídico brasileiro em 1988, por meio da promulgação da Constituição da República. Entre as várias referências a questões sociais, o artigo 170³ da Carta Magna estabelece que a busca pela justiça social e pela dignidade humana deve nortear a

¹ Lei n. 6.404/76: “Art. 116 [...]. Parágrafo único. O acionista controlador deve usar o poder com o fim de fazer a companhia realizar o seu objeto e cumprir sua função social, e tem deveres e responsabilidades para com os demais acionistas da empresa, os que nela trabalham e para com a comunidade em que atua, cujos direitos e interesses deve lealmente respeitar e atender.”

² Lei n. 6.404/76: “Art. 154. O administrador deve exercer as atribuições que a lei e o estatuto lhe conferem para lograr os fins e no interesse da companhia, satisfeitas as exigências do bem público e da função social da empresa.”

³ Constituição da República Federativa do Brasil. “Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

- I - soberania nacional;
- II - propriedade privada;
- III - função social da propriedade;
- IV - livre concorrência;
- V - defesa do consumidor;
- VI - defesa do meio ambiente;
- VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;
- VII - redução das desigualdades regionais e sociais;
- VIII - busca do pleno emprego;
- IX - tratamento favorecido para as empresas brasileiras de capital nacional de pequeno porte.
- IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País.

ordem econômica nacional. Ademais, o inciso III do mesmo dispositivo consagra o princípio da função social da propriedade, do qual decorre a função social da empresa.

Importante referir que a responsabilidade pelo desenvolvimento social pertence a todos os segmentos da sociedade, inclusive ao próprio Estado brasileiro. No entanto, mantém-se indiscutível a importância do setor empresarial privado como instrumento para a promoção da dignidade humana (ARAÚJO, 2007, p. 120-121).

A Constituição brasileira consagrou a economia de mercado, caracterizada pela descentralização e pela não intervenção estatal. No entanto, o Estado possui legitimidade para intervir no setor privado a fim de preservar os princípios da ordem econômica nacional, conforme expõe José Marcelo Martins Proença (2001, p. 4):

[...] a livre iniciativa, que pode ser entendida em duplo aspecto, como a liberdade de criar e explorar uma atividade econômica e, sobretudo, a rejeição da atividade econômica estatal, não é admitida de maneira absoluta, mas unicamente em razão do seu valor social (conforme art. 1º, IV, da própria Constituição Federal), e deve ser compreendida no contexto de uma ordem econômica, idealmente concebida pela Constituição, que “tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social”, e que deve respeitar toda uma série de princípios.

Assim, além de atuar como agente normativo e regulador, promovendo incentivos de natureza fiscal e tributária às empresas com maior impacto social (MORAES, 2008, p. 798), o Estado deve, nos termos da Constituição, participar ativamente de ações que promovam o desenvolvimento da sociedade brasileira.

Com o advento do Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078, de 1990), a função social da empresa recebeu importante avanço legislativo. Por meio da atribuição de responsabilidade empresarial pela prestação de serviços e pela fabricação e venda de produtos, a observância dos direitos dos consumidores passou a representar um dos pressupostos da atividade empresarial. Nesse sentido, o Código de Defesa do Consumidor prevê várias sanções que visam coibir as empresas de praticar ações danosas à sociedade⁴.

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.”

4 Código de Defesa do Consumidor. Lei n. 8.078/90. “Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;

Por fim, o novo Código Civil brasileiro (Lei n. 10.406, de 2002) abandonou o aspecto patrimonialista do modelo anterior e consolidou os ideais de socialidade e coletividade como normas informadoras da nova legislação. O caráter individualista do antigo Código Civil, em vigor desde 1916 e influenciado pelo liberalismo econômico do início do século vinte, não mais refletia os anseios da sociedade brasileira e foi substituído pela busca do bem comum. As funções sociais da propriedade e do contrato foram positivadas no novo diploma, o que garantiu maior segurança jurídica aos aplicadores do Direito⁵.

3 O princípio da função social da empresa

Nas palavras de Paulo Nader (2006, p. 92), “princípios são enunciados que se reputam verdadeiros e constituem a causa primeira, a filosofia, os fundamentos de uma cultura ou de fenômenos naturais.” Os princípios trazem consigo os valores básicos de uma sociedade, constituindo o alicerce fundamental para a construção do ordenamento jurídico.

Nos dias atuais, não pairam dúvidas acerca da força normativa dos princípios. Conforme salienta Paulo Bonavides (2003, p. 264-265), a fase do pós-positivismo vivenciada a partir das últimas décadas do século XX determinou o abandono da doutrina positivista, conferindo tanto aos princípios quanto às regras expressas a possibilidade de impor obrigações legais.

A doutrina brasileira identifica a função social da empresa como uma decorrência do princípio da função social da propriedade. Segundo este princípio, a propriedade não pode ser vista apenas como um direito individual, visto que repercute em vários setores da sociedade e influencia a ordem econômica.

O moderno conceito de atividade empresária fundamenta-se, portanto, no princípio da função social da propriedade. O empresário detém a propriedade dos meios de produção e, dessa forma, constitui-se num dos principais agentes de desenvolvimento econômico e social do país:

-
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
 - VII - suspensão temporária de atividade;
 - VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
 - IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
 - X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
 - XI - intervenção administrativa;
 - XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.”

⁵ O Código Civil (Lei n. 10.406/02) dispõe expressamente sobre a função social da propriedade e dos contratos no artigo 421 e no parágrafo único do artigo 2.035 (“Art. 421. A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato”; “Art. 2.035. [...] Parágrafo único. Nenhuma convenção prevalecerá se contrariar preceitos de ordem pública, tais como os estabelecidos por este Código para assegurar a função social da propriedade e dos contratos”). No entanto, várias referências indiretas ao princípio da função social podem ser localizadas no decorrer do texto legal, o que ratifica o caráter social do novo Código.

[...] a função da empresa (ou seja, a função social dos bens de produção) implica a conjunção de todos aqueles princípios previstos no artigo 170 da Constituição Federal: o princípio da função social da empresa exsurge como uma articulação de vários conceitos e princípios distintos, na busca do bem estar coletivo.

Logo, pensar na função social da empresa é conformar a atividade empresarial considerando o interesse coletivo e social, ou seja, superando o caráter meramente individualista em sua estrutura fundamental, repaginando as várias relações jurídicas sobre as quais se constrói a malha social por meio da empresa, pautando-as a partir do interesse social e do bem comum (FREITAS; PEREIRA, 2004, p. 58).

A partir desse entendimento, o princípio da função social impõe ao proprietário, ou a quem detenha o controle da empresa, o dever de atuar em benefício da sociedade e não somente na busca pelo lucro. Disso decorre que a atividade empresarial, muito além de apenas evitar prejuízos à coletividade, deve também alcançar comportamentos que favoreçam todo o ambiente social.

Em relação à sociedade em geral, os administradores são constrictos a atentar para as questões ambientais. Exercer a função social implica, entre outras medidas, no dever de atenuar os danos decorrentes da instalação ou expansão física da empresa; a privilegiar o desenvolvimento sustentável e evitar agressões ao ecossistema; a observar os riscos provenientes da extração de recursos naturais, a fim de garantir o desenvolvimento das próximas gerações (LOBO, 2006, p. 29).

No que diz respeito aos trabalhadores, a função social da empresa não é efetivada apenas com a geração de empregos. Nas palavras de Davies e Scalzo (2006, p. 15),

[...] a empresa deve ir além: deve seguir estritamente as regras de proteção ao trabalhador, oferecendo condições dignas ao seu empregado e, ainda, na medida do possível, proporcionar plano de participação nos lucros, oferecer plano de carreira, treinamento profissional, enfim, estimular a “realização da própria humanidade que se dignifica pela atividade laboral e se insere na comunidade”.

Quanto aos consumidores, a empresa estará cumprindo sua função social quando respeitar todas as disposições do Código de Defesa do Consumidor. Além de oferecer produtos e/ou serviços de qualidade, a atividade empresarial precisa estar em consonância com a ordem econômica e zelar pela livre concorrência.

A função social da empresa não representa uma liberalidade do empresário; é norma de ordem pública e deve ser observada em todas as atividades econômicas desenvolvidas na sociedade. A livre iniciativa e a busca pelo lucro devem ser compatibilizadas com ações empresariais que contribuam para o desenvolvimento social. Nesse sentido, Eros Roberto Grau (1981, p. 131):

Observado que o princípio da liberdade de iniciativa econômica, não é senão corolário do princípio da propriedade privada dos bens de produção e considerada a afetação deste pelo princípio da função social, visualizamos, em grande parte das normas do Direito Econômico, precisamente, formas de concreção deste último. Isto se torna mais nítido ainda quando aludimos, enfaticamente, à função social da empresa. Não será absurda a afirmação de que a realização de desenvolvimento e justiça social supõe a conformação da ação empresarial, de modo que seja ela tangida a cumprir sua função social [...].

As empresas, enquanto organizações de fins econômicos e sociais, exigem gestões socialmente responsáveis. A administração de uma empresa ultrapassa os interesses pessoais de seus controladores, geralmente pautados na mera obtenção de lucros. A função social da empresa exige a conciliação harmoniosa entre capital e trabalho, de modo tal que a atividade e os fins produzidos acarretem o melhoramento da sociedade e a satisfação econômica do empresário.

O reconhecimento da natureza principiológica da função social permite que desvios de gestão empresarial sejam analisados pelo Poder Judiciário. A ausência de comprometimento da empresa com a sociedade serve como fundamento jurídico para pretensões condenatórias, as quais podem ser postuladas por todos os cidadãos que se sentirem prejudicados.

3.1 Função social *versus* responsabilidade social

No direito empresarial brasileiro, os conceitos de função e responsabilidade sociais são conexos, porém não se confundem. As principais diferenças situam-se na voluntariedade das ações sociais desenvolvidas pela empresa, assim como na vinculação de tais atos ao seu raio de atuação.

Estabelecidas essas principiantes considerações, incumbe contrapor os dois conceitos em estudo, citando-se como uma primeira diferença o fato de a responsabilidade social concernir a gestos voluntários ou espontâneos do empresário, sem qualquer espécie de imposição legal, enquanto que a função social da empresa incide sobre a atividade empresarial de modo cogente, até por força do prelecionado quanto ao art. 170, CF/88. Assim, em matéria de cidadania empresarial, ainda cabe a cada empresário definir sua política de atuação de acordo com sua vontade e suas possibilidades, coadunando-se essa margem de discricionariedade com a própria variedade de empreendimentos empresariais, compreendidos desde as microempresas até aquelas de grande porte, obviamente com distintos potenciais em termos de disponibilidade de recursos, além daqueles de capital eminentemente nacional ou estrangeiro.

Outra diferença reside na limitação objetiva do raio de aplicação da função social da empresa às atividades que constituem os elementos daquela, as quais coincidem, como regra, com o objeto social desenvolvido pela sociedade empresária ou pelo empresário, ao passo que a responsabilidade social abrange as atividades não consubstanciadas no objeto social da empresa, que não constituem a sua finalidade, sendo simplesmente benéficas a sociedade. Assim como a função social da empresa [...], a responsabilidade social pode ser dividida em uma espécie interna, relativa a preocupações com as condições de trabalho e demais questões dos funcionários da empresa, e em outra externa,

correspondente a cuidados com a comunidade, nas figuras de clientes, de fornecedores e de entidades públicas (GAMA; BARTHOLO, 2007, p. 20-21).

A função social, portanto, compreende atividades ligadas ao ramo empresarial desenvolvido. Além disso, trata-se de um princípio de direito e deve ser observado em todas as relações jurídicas provenientes da atividade empresarial. O não-cumprimento da função social da empresa poderá resultar na aplicação de sanção administrativa, cível e/ou criminal ao responsável.

A função social decorre de um conjunto de deveres e responsabilidades direcionados às empresas, que agem subsidiariamente ao Estado. Não se confunde com a prática de atividades filantrópicas ou de publicidade; estas representam, em alguns casos, o cumprimento de uma imposição legal derivada justamente da inobservância do princípio da função social (FREITAS; PEREIRA, 2004, p. 61).

Já a responsabilidade social contempla ações desvinculadas da finalidade principal da empresa e que contribuem para uma sociedade mais equilibrada. Por essa razão, inexistem qualquer obrigatoriedade por parte do empresário, o qual detém a discricionariedade para decidir sobre a questão. Conforme explica Rodrigo Almeida Magalhães (2009, p. 11),

Ela [responsabilidade social] abrange todas as atividades não ligadas ao objeto social, mas que geram benefícios para a comunidade, tanto a comunidade interna da empresa, que são aqueles que trabalham na empresa, como investimento em higiene e cursos de atualização, quanto a externa, que seriam as demais pessoas da sociedade, como patrocínio a eventos culturais.

Infere-se, pois, que a empresa socialmente responsável deve demonstrar preocupação com as condições de trabalho de seus funcionários, oferecendo-lhes as melhores condições para o desempenho de suas funções. Ademais, deve zelar pelo bom relacionamento com clientes, colaboradores e poderes públicos.

Apesar de as ações de responsabilidade social não serem obrigatórias, a moderna visão de mercado econômico aponta para a necessidade de realizá-las. A exploração publicitária de uma empresa que atua em benefício da sociedade costuma aumentar o número de investidores e o interesse da clientela, gerando maior receita e, conseqüentemente, maior lucro.

4 Influência da função social na competitividade empresarial

A inserção do princípio da função social da empresa no ordenamento jurídico brasileiro foi criticada por parte do empresariado e da doutrina jurídica. Inicialmente, entendia-se que o

investimento de capital em ações sociais trazia consigo a ideia do aumento de despesas e, por consequência, a diminuição do lucro da empresa.

Nesse sentido, a obrigação de exercer uma função social colidiria com os preceitos básicos da sociedade capitalista, conforme comentava Fábio Konder Comparato (1996, p. 44-45):

Na verdade, a idéia de as empresas serem obrigadas, de modo geral, a exercer uma função social *ad extra* no seio da comunidade em que operam, apresenta o vício lógico insanável da contradição. A empresa capitalista – importa reconhecer – não é, em última análise, uma unidade de produção de bens, ou de prestação de serviços, mas sim uma organização produtora de lucros. É esta a chave lógica para a compreensão de sua estrutura e funcionamento. O objeto da empresa, ou seja, o exercício de uma atividade econômica de produção ou distribuição de bens, ou de prestação de serviços, está sempre subordinado ao objetivo final de apuração e distribuição de lucros.

A análise puramente econômica de mercado, dissociada da reflexão acerca da função social, conduzia ao entendimento de que a maximização de resultados provinha, em sua maior parte, da minimização de custos. De acordo com esse entendimento, o investimento em ações que não estivessem inseridas na finalidade principal da empresa deveria ser evitado, pois, em o fazendo, a empresa seria “obrigada” a reajustar o preço do produto ou do serviço, o que abalaria sua competitividade.

Essa primeira concepção não resistiu à evolução global do mercado econômico. No contexto atual, o exercício da função social da empresa não representa, por si só, a redução dos lucros; ao contrário, quando planejadas, políticas e diretrizes de responsabilidade social podem gerar inovações que diminuem os custos de produção e aumentam o ingresso de capital (ALIGLERI, p. 5).

A redução dos custos de produção ocorre na medida em que as ineficiências diretas dos recursos utilizados e as falhas no processo produtivo começam a ser identificadas e corrigidas devido a um posicionamento mais socialmente responsável, como por exemplo, a redução no consumo de energia, papéis e água, a diminuição do absentismo no trabalho devido a acidente ocasionado pela melhoria da segurança no trabalho e o reaproveitamento e reciclagem de materiais e embalagens anteriormente descartados, entre outros [...] (ALIGLERI, p. 5).

As avaliações contábeis de empresas que praticam ações de fundo social demonstram que a lucratividade pode ser conciliada com o exercício da função social. Para alcançar o lucro, a empresa deve provocar fatos jurídicos que portem benefícios para a coletividade em que está inserida.

Convive-se com uma mudança radical de paradigma. Conforme a moderna visão empresarial, a empresa que não executar atividades de responsabilidade social encontrará dificuldades para se manter competitiva frente à concorrência. Entre as vantagens auferidas pela empresa que cumpre sua função social, podem ser citadas a valorização da imagem institucional (boa reputação), o contentamento dos trabalhadores e a expansão do número de clientes. Colaborando com o bem-estar

comum, a empresa ganha maior visibilidade e conquista a empatia do mercado consumidor, o que ocasiona a percepção de maiores receitas.

Nesse diapasão, Lilian Aligleri (p. 4):

As empresas mais competitivas não são as que possuem acesso aos insumos de baixo custo, mas aquelas que empregam tecnologias e métodos mais avançados em sua gestão. Os melhores resultados vem sendo alcançados por empresas que possuem habilidade organizacional em adquirir novas competências e coordenar as já existentes, levando-as a particularidades intangíveis que diferenciam seus produtos e serviços em relação aos concorrentes. E, conseqüentemente, criando uma vantagem competitiva de ordem superior.

Mesmo entendimento possui Ademerval Garcia (1999, p. 2):

A coletividade quer comprar produtos e serviços de empresas que não poluem, não fazem propaganda enganosa, contribuem para a melhor qualidade de vida. Responsabilidade social, hoje, pode ser a diferença entre vender ou não vender, sobreviver ou não. Responsabilidade social é, portanto, conceito estratégico e quem não enxergar isto vai rapidamente deixar o convívio social, isto é, vai sair do mercado.

Logo, além da função social da empresa ser uma imposição legal e constitucional, existem diversas razões econômico-sociais que estimulam a aceitação de um espírito empresarial responsável.

Os diversos aspectos que circundam a atividade empresarial e a constante evolução da sociedade revelam que o princípio da livre concorrência não é abalado pela realização de ações de cunho social. Isso porque o exercício da função social pressupõe a melhoria da estrutura organizacional da empresa, reduzindo custos e promovendo a otimização de produtos e de serviços. A prática de uma gestão empresarial socialmente responsável vai ao encontro dos ditames da justiça social e auxilia o desenvolvimento da nação.

5 Considerações finais

A função social é um dos princípios que regem a ordem econômica brasileira. Consagrado no Texto Constitucional, no Código Civil e em vários outros dispositivos legais, o princípio é associado ao direito empresarial como uma decorrência da função social da propriedade.

Toda empresa deve nortear sua atuação econômica em benefício da sociedade. O objetivo do lucro não é incompatível com a preocupação por interesses socialmente relevantes; a função social da empresa impõe o equilíbrio da economia de mercado com a supremacia dos direitos sociais previstos constitucionalmente, visando amenizar a injustiça e a desigualdade social.

O fenômeno da globalização propicia o conhecimento público dos principais problemas do mundo atual e alerta para a obrigação de agir em favor das futuras gerações. Diante da inequívoca

necessidade de preservar o meio-ambiente e valorizar o ser humano, os administradores e proprietários de empresas são obrigados a atentar para comportamentos éticos e socialmente responsáveis.

As atividades desenvolvidas pelas empresas não podem ser avaliadas somente em relação às regras de direito mercantil; os princípios da ordem econômica (dentre os quais a função social da empresa) contêm força normativa e também precisam ser respeitados. À empresa não basta apenas cumprir seus deveres tributários e trabalhistas, sendo indispensável a concretização de ações que possam ser revertidas em proveito de todo o grupo social.

O exercício de uma administração empresarial atenta aos anseios sociais não equivale à diminuição do poder concorrencial. A partir de uma visão ampla de mercado é possível perceber que os custos são recompensados posteriormente, tanto por meio do aumento de produtividade dos trabalhadores quanto pela ampliação da clientela. Comenta-se, inclusive, que empresas não comprometidas com a sociedade são as que estariam em desvantagem no mercado, uma vez que apresentam uma estrutura organizacional defasada e não conseguem atrair colaboradores para os seus projetos.

Ante o exposto, afere-se que o princípio da função social deve ser observado em todas as atividades empresariais que produzam reflexos no âmbito social em que estão inseridas. Em virtude de imposição constitucional e legal, o objetivo finalístico da empresa não pode ser reduzido simplesmente à obtenção de lucro; além do fim econômico, faz-se necessário que a atividade contribua para a promoção da dignidade humana e o desenvolvimento da sociedade.

BIBLIOGRAFIA

- ALIGLERI, Lilian. *Responsabilidade Social na Cadeia Logística: Uma Visão Integrada para o Incremento da Competitividade*. Disponível em: <<http://www.empresaresponsavel.com/links/competitividade%20e%20gestao%20ambiental.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2010.
- ARAÚJO, Geraldo Bonnevalle Braga. *A responsabilidade social da empresa e as fundações privadas*. Revista de Direito do Terceiro Setor – RDTS. Belo Horizonte: v.1, n.1, jan./jun.2007, p.113-132.
- BONAVIDES, Paulo. *Curso de direito constitucional*. 13. ed. São Paulo: Malheiros, 2003.
- BRASIL. *Código Civil (Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002)*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2002/L10406.htm>. Acesso em: 01 out. 2010.
- BRASIL. *Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990)*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm>. Acesso em: 01 out. 2010.

- BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 01 out. 2010.
- BRASIL. *Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6404consol.htm>. Acesso em: 01 out. 2010.
- COMPARATO, Fábio Konder. *Estado, empresa e função social*. Revista dos Tribunais. São Paulo: RT v.732, out. 1996, p. 38-46.
- DACANCHY, Mara Vidigal. *Responsabilidade social da empresa e a Constituição*. Revista de Direito Constitucional e Internacional. São Paulo: v.16, n. 63, abr./jun. 2008, p. 195-211.
- DAVIES, Christian Galvão; SCALZO, Juliana Canarim. *Função social da empresa e do contrato*. Revista de Direito Internacional e Econômico. Porto Alegre: Síntese. v.14, jan. 2006, p. 5-30.
- FREITAS, Elaine Cristina Ferreira de; PEREIRA, Frank Sérgio. *Função social da empresa*. Revista Jurídica da Universidade de Franca. Franca: ano 7, n. 13, 2º semestre 2004, p. 54-62.
- GAMA, Guilherme Calmon Nogueira da; BARTHOLO, Bruno Paiva. *Função social da empresa*. Revista dos tribunais. São Paulo: v.96, n. 857, mar. 2007, p. 11-28.
- GARCIA, Ademerval. *Responsabilidade social não é ajuda, é respeito*. Gazeta Mercantil. Interior Paulista, 23.11.1999.
- GRAU, Eros Roberto. *Elementos de direito econômico*. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 1981.
- LOBO, Jorge. *O princípio da função social da empresa*. Revista Jurídica Consulex. Brasília: Consulex, v. 228, jul. 2006, p. 29.
- MAGALHÃES, Rodrigo Almeida. *A função social da empresa*. Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor. Porto Alegre: v.5, n.28, ago./set. 2009, p. 5-12.
- MORAES, Alexandre de. *Direito Constitucional*. 23. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- NADER, Paulo. *Curso de direito civil, parte geral – vol.1*. Rio de Janeiro: Forense, 2006.
- PROENÇA, José Marcelo Martins. *Concentração empresarial e o direito de concorrência*. São Paulo: Saraiva, 2001.