

Em suas relações com a comunidade, a empresa socialmente responsável não se limita a ceder suas instalações para a prática esportiva e para atividades de cunho social e cultural dos alunos das escolas das redondezas. O espectro é muito mais amplo: ações de inserção social, ações de fomento do desenvolvimento social, ações de apoio social.

A integridade é a base ética do comportamento da empresa socialmente responsável. É talvez a dimensão de maior amplitude. Envolve a ética não somente aplicada aos negócios (não lança mão de propaganda enganosa, vendas casadas e demais práticas de marketing desonesto), mas também em todo o ambiente organizacional.

A cidadania é uma dimensão que não pode ser esquecida: a cidadania individual de cada funcionário, a cidadania coletiva e a promoção da cidadania pela empresa junto à sociedade e à comunidade.

As empresas socialmente responsáveis destacam-se pelo seu padrão de comportamento social, econômico, cultural e político.

O bom atendimento ao cliente, a garantia de qualidade dos produtos e serviços e preços competitivos já não bastam para assegurar a sobrevivência de qualquer empresa no mercado competitivo. Tais atributos são necessários, mas não suficientes. É preciso algo mais. E as empresas, sobretudo as de vanguarda, líderes em seus segmentos, conhecedoras deste fato, preparam-se para adequar-se ao mais novo paradigma empresarial deste início de século.

Este paradigma empresarial contemporâneo é o figurino da empresa com cidadania empresarial, cujas principais características listamos abaixo:

- ◆ alto comprometimento com a comunidade;
- ◆ atua em parceria com o governo, demais empresas e entidades em programas e projetos sociais;
- ◆ apresenta progressão de investimentos nas áreas sociais;
- ◆ viabiliza projetos sociais independentemente dos benefícios fiscais existentes;