

Tais elementos também se ampliam através de suas variações temáticas. Por exemplo, valores ético-morais, sociais, culturais, políticos e econômicos. Ações voltadas para assistência social, educação, saúde, emprego, segurança. Ou ainda, de naturezas distintas: ações de doação, de apoio, de implementação de programas e projetos sociais. E também ações de divulgação, de promoção, de fomento, de difusão de conhecimentos.

São ações de cunho social que estão incluídas no espectro do exercício da responsabilidade social corporativa.

O espectro de relações também é amplo: relações com clientes, governo, fornecedores, distribuidores, acionistas, comunidade e sociedade. E também relações com as entidades-parceiras (ONG's, entidades filantrópicas, associações comunitárias etc.).

A avaliação do exercício da responsabilidade social corporativa pressupõe análises detalhadas dos três segmentos:

- ◆ análise de como a empresa se comporta (quais os valores que adota, e como os difunde e promove junto a seus diversos públicos). É o que denominamos de dimensão ética da responsabilidade social corporativa;
- ◆ análise de como a empresa desenvolve suas ações sociais (qual o foco dessas ações, seus beneficiários, total de investimentos, retorno obtido, resultados alcançados). É o que denominamos de dimensão pragmática da responsabilidade social corporativa;
- ◆ análise de como a empresa se relaciona com os seus diversos públicos-alvo (como a organização relaciona-se com os seus empregados e dependentes, clientes, governo, fornecedores, distribuidores, acionistas, comunidade e sociedade). É o que denominamos de dimensão político-institucional da responsabilidade social corporativa.

Assim, quanto maior a participação da empresa nessas três dimensões, maior e melhor a sua gestão da responsabilidade social.

Há empresas que adotam uma atitude e comportamento éticos irretocáveis, mas deixam a desejar em termos de ações e relacionamentos com alguns segmentos de público.