



# A responsabilidade social empresarial no contexto da pandemia do COVID-19.

Talyssa Cunha Pinto  
talyssacunha@gmail.com  
UERJ

Carlyle Tadeu Falcão de Oliveira  
carlyle.falcao@gmail.com  
UERJ

Tânia Maria de Oliveira Almeida Gouveia  
almeida.tania@lwmail.com.br  
UERJ

**Resumo:** A responsabilidade social das empresas (RSE) em relação à sociedade vem sendo cada vez mais reivindicada e tem se tornado um pilar estratégico para um bom desempenho organizacional, além de servir como elemento de marketing para uma maior competitividade. No momento em que perdura uma pandemia devido à Covid-19, e tanto governos como empresas esmeram-se por combater seus impactos socioeconômicos, amplia a relevância de reflexão sobre o tema. Neste sentido, o objetivo do presente ensaio teórico é identificar, por meio da literatura, as ações de RSE voltadas para combater os efeitos socioeconômicos da pandemia de coronavírus. Investiga-se a RSE pelo viés das práticas genuínas e das práticas performativas, ou seja, considerando-se as empresas que praticam a responsabilidade social em diversos níveis e aquelas que usam a responsabilidade social como ferramenta de marketing e não praticam ações efetivas. A opção por pesquisar o contexto relacionado à pandemia de Covid-19 se deve ao fato de que, durante o isolamento social, ocorrido em 2020 e boa parte de 2021, esta afetou diretamente o funcionamento de diversas organizações. Por meio de uma revisão sistemática e exploratória da literatura, são levantados exemplos de organizações e seu impacto social durante a pandemia do COVID-19, quando o tema da responsabilidade social ganhou ainda mais força devido às consequências sociais, ambientais e ocupacionais da doença.

**Palavras Chave:** RSE - COVID-19 - Sustentabilidade - -



## 1. INTRODUÇÃO

O tema Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é frequentemente debatido, não somente no âmbito organizacional como também na sociedade em geral, aparecendo, inclusive, na mídia, que atua tanto como um veículo de marketing quanto como uma espécie de órgão fiscalizador (BASTOS, 2009; ALMEIDA, 2007; FERRER, MOREIRA e JESUS, 2019). Hoje, ganhando espaços cada vez mais amplos de discussão no ambiente empresarial e acadêmico, a RSE ainda é um tema visto com muita desconfiança, no que tange à questão de legitimidade e intencionalidade das práticas. A RSE é genuína ou performativa? Há realmente ganhos financeiros para a empresa? Como essas ações afetam o colaborador? (ALMEIDA, 2007).

Na atualidade, a responsabilidade das empresas em relação à sociedade vem sendo cada vez mais reivindicada (BORGER, 2001) e a RSE tem se tornado um pilar estratégico para um desempenho organizacional, além de elemento de marketing para uma maior competitividade. Refletir sobre a RSE, ainda que um assunto já muito discutido, pode não somente ampliar a visão sobre a temática, mas também contribuir para que práticas comuns sejam reavaliadas, além de proporcionar discussões de práticas modernas, seus benefícios, desafios e suas transformações.

Neste sentido, o objetivo do presente ensaio teórico é identificar, por meio da literatura, as ações de RSE voltadas para combater os efeitos socioeconômicos da pandemia de coronavírus. Investiga-se a RSE no viés das práticas genuínas e das práticas performativas, ou seja, considerando-se as empresas que praticam a responsabilidade social em diversos níveis e aquelas que usam a responsabilidade social como ferramenta de marketing e não praticam ações efetivas. A opção por pesquisar o contexto relacionado à pandemia de covid-19 se deve ao fato de que, durante o isolamento social, ocorrido em 2020, esta afetou diretamente o funcionamento de diversas empresas. Por meio de uma revisão exploratória da literatura, são levantados exemplos de organizações e seu impacto social durante a pandemia do COVID-19, quando o tema da responsabilidade social ganhou ainda mais força devido às consequências sociais, ambientais e ocupacionais da doença.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

As empresas precisam da sociedade para obter sucesso, e a sociedade, por sua vez, tem expectativas em relação às empresas, e é através desta interação entre a organização e a sociedade que se pode pensar no termo responsabilidade social (PLETSCH, SILVA E HEIN, 2015). Compreendida como o comprometimento que a empresa tem perante o ambiente onde está inserida, a responsabilidade social empresarial (RSE) envolve iniciativas como programas e intervenções sociais e ambientais, podendo ser desenvolvidas em conjunto com serviços sociais pré-existentes, governamentais ou não (PLETSCH, SILVA E HEIN, 2015).

Como citado, esta cooperação entre a organização e a sociedade é uma via de mão-dupla, ou seja, a sociedade precisa das empresas para criação de empregos e investimentos locais, enquanto a empresa precisa da mão-de-obra e da clientela. (BORGER, 2001; PLETSCH, SILVA E HEIN, 2015; FERRER, MOREIRA e JESUS, 2019). Esta relação pode também gerar problemas, visto que há, ainda, muitas empresas que promovem, por exemplo, desmatamento, poluição e discriminação social, enquanto a sociedade, por sua vez, em seu lugar de cliente, pode se recusar a consumir os produtos de uma determinada empresa

(PLETSCH, SILVA E HEIN, 2015). Por conta dos malefícios perpetuados por diversas empresas que se voltam apenas para o capital, foram criados diversos movimentos sociais com pautas norteadas em sustentabilidade, na preservação do meio ambiente, em condições dignas de trabalho, equidade social, dentre muitas outras.

Na atualidade, os objetivos das empresas devem ser voltados para além dos lucros, ou seja, precisam também ser pautados considerando impactos ao meio ambiente, sejam eles gerados por si ou por seus fornecedores, e nos benefícios sociais para seus funcionários e para a sociedade em geral (PLETSCH, SILVA E HEIN, 2015). Desta forma, muitas empresas passaram a adotar estratégias e voltar seu olhar para além de seus acionistas, ou seja, voltaram seu olhar para seus consumidores, fornecedores e os governos, baseando suas práticas na responsabilidade ambiental e no desenvolvimento sustentável. (FERRER, MOREIRA e JESUS, 2019)

A RSE tem sido cada vez mais utilizada nas estratégias de marketing das empresas, voltando-se para uma parcela da sociedade cada vez maior que busca utilizar bens e serviços de corporações socialmente conscientes, além dos que buscam trabalhar com empresas que possuem seus mesmos valores. Para além dos requisitos legais que as empresas devem preencher, faz-se necessário, então, abranger as necessidades da sociedade (BASTOS, 2009; PLETSCH, SILVA E HEIN, 2015; FERRER, MOREIRA e JESUS, 2019).

Um termo presente na discussão sobre sustentabilidade é o *Triple Bottom Line* (TBL), ou tripé da sustentabilidade, que busca integrar o âmbito econômico, social e ambiental nas ações empresariais, ao contrário de priorizar o âmbito econômico. De forma geral, o âmbito econômico busca analisar as ações organizacionais que podem representar uma vantagem econômica mensurável. Por sua vez, o âmbito ambiental busca garantir que todas as etapas de produção sejam realizadas de maneira sustentável, desde os fornecedores até o produto final, demonstrando isso para o consumidor de forma transparente, transformando esse pilar em uma vantagem competitiva, apoiando-se na satisfação do consumidor. Já o âmbito social tem foco nos benefícios sociais das ações empresariais e da cultura organizacional, de forma a contribuir para a comunidade (FERREIRA, SEVERO, GUIMARÃES E NODARI, 2020). Assim, esse tripé busca alinhar-se às necessidades da sociedade, sem deixar de lado os objetivos da organização.

É sabido que o desempenho financeiro serve como guia para as ações e estratégias utilizadas pela empresa; entretanto, os benefícios sociais, sejam eles internos (funcionários) ou externos (sociedade), têm encontrado sua parcela de atenção pelos gestores. Segundo Pletsch, Silva e Hein (2015), uma vez que o desempenho financeiro empresarial cresce, a organização expande seu investimento no cliente interno (colaboradores) e, a seguir, estende esses investimentos para a sociedade, pois, ao investir no cliente interno, este beneficia a empresa, enquanto que, ao investir na sociedade, esta tende a contribuir para o crescimento financeiro da empresa adquirindo ou utilizando seus serviços.

Contudo, existem empresas que se utilizam da prerrogativa ambiental para se promover, cultivando uma imagem socialmente atrativa, sem de fato atingir os objetivos propostos, ou, ainda, minimizando seus gastos e aumentando seus ganhos, terceirizando os custos para o cliente. Outra questão importante é a tentativa de empresas minimizarem a gravidade da ameaça ao meio ambiente, um exemplo disso é o uso do termo “mudança climática” em seu discurso, ao invés de “aquecimento global”, de cunho mais grave. (FERRER, MOREIRA e JESUS, 2019).

A sociedade, ao notar que a roupagem de RSE de determinada empresa é puramente estratégia de marketing, tem utilizado as redes sociais para debater o tema, além de denunciar

empresas e práticas ecologicamente e socialmente incorretas (FERRER, MOREIRA e JESUS, 2019). As redes sociais, então, dão voz à população e tornam-se uma forma da sociedade regulamentar e fiscalizar as práticas incongruentes das empresas. Ademais, por meio da internet a sociedade tem acesso aos acontecimentos globais, podendo denunciar atos danosos, cobrar reparação por parte das organizações e, mais, ação dos órgãos de fiscalização. Nesse sentido, pode fiscalizar os próprios órgãos que deveriam, por definição, estar garantindo a proteção ao meio ambiente e à população (FERREIRA et al, 2020; MARTINS et al, 2021).

## 2.2 A COVID-19

No final de 2019, em uma província da China, foi descoberto um novo coronavírus com o nome de SARS-CoV-2, também conhecido como COVID-19. Devido ao alto número de infecções e casos graves da doença, no início de 2020 foi decretado estado de pandemia, sendo recomendado o isolamento social como medida preventiva, de forma que houve uma espécie de “pausa” na sociedade, enquanto o campo da biomedicina buscava soluções. (OMS, 2022)

A síndrome respiratória aguda grave (SARS) é uma doença infecciosa que, de forma geral, possui sintomas respiratórios médios, podendo em alguns casos necessitar tratamento médico. Os sintomas podem ser mais graves em pessoas idosas e nas pessoas com comorbidades, entretanto, qualquer pessoa que contrair a doença pode apresentar sintomas graves e correr risco de morte. De acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS, 2022), até o início de 2022 foram mais de 500 milhões de casos confirmados da doença, e mais de 6 milhões de mortes em todo o mundo. Com relação ao Brasil, foram 30 milhões de casos confirmados e mais de 662 mil mortes decorrentes da mesma. A vacinação foi iniciada no final de 2021 e nos primeiros meses do ano seguinte 4.5 bilhões de pessoas já tinham sido imunizadas com ao menos duas doses no mundo inteiro (OMS, 2022). No Brasil, foram vacinadas 162 milhões de pessoas, o que corresponde a cerca de 85% da população, segundo o Ministério da Saúde (2022).

Desde o início da pandemia, tem-se tomado diversas medidas protetivas, incluindo o isolamento social, o que levou diversas empresas à utilização do trabalho remoto para proteger seus funcionários e diminuir a contaminação pelo vírus. E, ainda que diversas empresas tenham buscado diminuir os impactos econômicos repassando os custos para os clientes, foi verificado que muitas delas voltaram sua atenção para questões sociais, buscando tanto promover a saúde de seus colaboradores, como amenizar os impactos sociais da doença, além de contribuir para o combate ao vírus (SANTOS, 2021).

## 3. METODOLOGIA

Para o levantamento dos dados, foram utilizados artigos nos sites de busca acadêmicos como o Portal de Periódicos da CAPES e o SPELL, além de periódicos disponíveis online. A pesquisa foi iniciada em dezembro de 2021 e ocorreu até maio de 2022.

Através da mineração de bibliografia disponível online, ou *Webibliomining*, é possível realizar uma revisão bibliográfica online em busca dos principais autores sobre o tema pesquisado, os principais periódicos que contém artigos sobre esse tema, além de artigos mais antigos, mais recentes e mais relevantes publicados sobre esse tema (COSTA, 2010). Por meio do *Webibliomining*, ao pesquisar um assunto, é possível alcançar um grande leque de informações, possibilitando ao pesquisador realizar um recorte da literatura adequadamente.

No presente estudo, buscou-se trabalhos publicados durante a pandemia do COVID-19 devido à perspectiva única do período em questão. Visto que foram encontrados resultados





em outros idiomas além do português, favoreceu-se as publicações em língua portuguesa, devido ao interesse na vivência brasileira, posteriormente, foram lidas as produções em espanhol, devido à suposição de proximidade cultural e, por último, os trabalhos em inglês. Após definir a prioridade idiomática, analisou-se os resumos dos trabalhos para filtrar quais seriam lidos de acordo com a relevância para o tema.

No site de periódicos da CAPES, utilizando “responsabilidade socioambiental empresarial e COVID-19” foram encontrados 14 resultados, ao alterar o “e” por “+” foram encontrados 40 resultados, a sua maioria em espanhol. No mesmo site, ao pesquisar por “sustentabilidade e COVID-19”, houve 336 resultados e, ao utilizar o filtro “assunto: sustentabilidade”, foram encontrados 27 resultados. Por fim, ao trocar o “e” por “+”, foram 34 resultados, de acordo com a Tabela 1 a seguir. A partir destes resultados, por meio dos resumos dos artigos foram escolhidos os mais pertinentes para os objetivos da pesquisa.

**Tabela 1:** Busca no Portal de Periódicos da CAPES

Banco de dados	Palavras/Termos pesquisados	Filtros Utilizados	Resultados encontrados
Portal Periódicos CAPES	Responsabilidade social empresarial e COVID-19	-	14
	Responsabilidade social empresarial + COVID-19	-	40
	Sustentabilidade e COVID-19	-	336
		Assunto: Sustentabilidade	27
	Sustentabilidade + COVID-19	Assunto: Sustentabilidade	34

**Fonte:** Os autores (2022)

Já no SPELL, a pesquisa com os termos “responsabilidade social empresarial e COVID-19” não trouxe resultados, o mesmo aconteceu ao alterar-se “social” por “socioambiental”, o “e” por “+” e “responsabilidade social empresarial” por “sustentabilidade”. Desta forma, procurou-se apenas “responsabilidade social empresarial”, havendo 338 resultados e, a partir desse total, foram utilizados os filtros: período de 2019 a 2022; tipo: “artigo” e “caso de ensino”; assunto: “administração”; que geraram 42 resultados. Por fim, foi realizada a pesquisa utilizando o termo “COVID-19”, com o filtro assunto: “administrativo”; “artigo” e “caso de ensino” no tipo de documento, e a escolha do idioma português, tendo-se obtido 110 resultados. Esse procedimento é ilustrado na Tabela 2, a seguir.

**Tabela 2:** Busca na base de dados SPELL

Banco de dados	Palavras/Termos pesquisados	Filtros Utilizados	Resultados encontrados
SPELL	Responsabilidade social empresarial e COVID-19	-	0
	Responsabilidade social empresarial + COVID-19	-	0
	Responsabilidade social empresarial e COVID-19	-	0
	Responsabilidade social empresarial + COVID-19	-	0

	Sustentabilidade e COVID-19	-	0
	Sustentabilidade + COVID-19	-	0
		-	338
RSE	Período 2019 a 2022		42
	Tipo: Artigo e Caso de Ensino		
	Assunto: Administração		
COVID-19	Assunto: Administrativo		110
	Tipo: Artigo e Caso de Ensino		
	Idioma: Português		

**Fonte:** Os autores (2022)

As buscas nos bancos de dados CAPES e SPELL trouxeram, então, 267 trabalhos. Na etapa seguinte, foi feita a leitura dos resumos de tais estudos, para identificar os mais relevantes para a elaboração do presente artigo. Buscou-se incluir artigos das duas primeiras décadas do século XXI para a fundamentação teórica, além de focar no período pandêmico dos últimos anos, com a intenção de obter uma visão global do tema da responsabilidade socioambiental empresarial e da sustentabilidade. Depois disso, foram lidos de forma integral 49 artigos e selecionados aqueles presentes na bibliografia, conforme descrito na Tabela 3 a seguir.

**Tabela 3:** Resumo da busca nos bancos de dados.

Total de artigos para leitura de resumos	267
Artigos lidos integralmente	59

**Fonte:** Os autores (2022)

Por se tratar se um estudo qualitativo e exploratório, não se busca representar todo o escopo de produções científicas publicadas sobre responsabilidade socioambiental empresarial, sustentabilidade ou sobre o coronavírus, mas sim contribuir para o tema com um recorte sobre ações socioambientais durante este período crítico.

#### **4. AÇÕES DE RSE DURANTE A PANDEMIA**

Durante a pandemia do COVID-19, houve diversas respostas de empresas que buscaram auxiliar a população, demonstrando proatividade e compromisso com a sociedade. Neste período, diversas organizações iniciaram ou aprofundaram suas ações de responsabilidade social, tendo sido necessário, inclusive, que muitas delas adaptassem suas práticas de RSE aos novos tempos (HERNÁNDEZ, YAGUI NISHII, 2021). Segundo Martins et al (2021), 7,44 bilhões de reais foram movimentados do setor privado buscando o

enfrentamento da pandemia, sendo prioritariamente alocados em saúde, assistência social e educação.

Em 15 de abril de 2020, cerca de um mês após o decreto de pandemia (11/03/2020) e de quarentena (23/03/2020) por parte do governo brasileiro, o jornal Folha de São Paulo reportou que o álcool em gel, necessário para a higienização e recomendado como ferramenta fundamental para o enfrentamento da pandemia, estava em falta no mercado e tinha seu preço aumentado em até 300%. Empresas e universidades passaram a doar o produto para hospitais e para populações carentes. A Natura & Co. doou 15 toneladas de álcool em gel e 150 mil litros de álcool 70% para a Secretaria de Saúde de São Paulo; a Ambev distribuiu 500 mil unidades de álcool em gel para São Paulo, Rio de Janeiro e Distrito Federal; a Unilever doou 50 toneladas de itens de limpeza profissional para hospitais públicos de São Paulo e do Rio de Janeiro; a Ypê doou 21 toneladas de sabão para moradores de uma comunidade de São Paulo (REIS, 2020). Ademais, Institutos de Química de universidades, como a Universidade do Estado do Rio de Janeiro, a Universidade Federal Fluminense e a Universidade Federal do Rio de Janeiro, passaram a produzir álcool 70% para distribuir para comunidades ou hospitais públicos.

Almeida et al (2020) contam que foram realizadas um total de 1660 ações de enfrentamento a pandemia pelas instituições de ensino federais, ações essas que incluem a produção e distribuição de álcool em gel, como citado anteriormente, serviços de aconselhamento e/ou apoio psicológico, produção e materiais de proteção, como máscaras e produtos de limpeza, elaboração e distribuição de cartilhas informativas, além do desenvolvimento de vacinas.

Especialmente em momentos críticos como uma pandemia, tais ações são fundamentais para auxiliar a população e demonstrar a preocupação da organização com a sociedade onde está inserida. Por outro lado, diversas empresas desprezaram os riscos da pandemia para a população e as recomendações governamentais. Políticos e empresários do setor de transporte de Minas Gerais adquiriram vacinas por iniciativa própria diretamente com a empresa provedora, e não dividiram as doses com Sistema Único de Saúde (SUS), conforme previsto em lei, de forma a terem sido vacinados antes do calendário nacional (BILENKY, 2021). Em outra ocasião, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) precisou interromper uma partida entre Brasil e Argentina, eliminatória para a Copa do Mundo de Futebol, pois quatro jogadores argentinos desrespeitaram a quarentena mandatária (FURONI 2021). Ainda que tenham sido apenas alguns exemplos, pode-se pensar nos dois lados da moeda, ou seja, por um lado, tem-se organizações que buscaram apoiar e servir à população e outras que agiram em benefício próprio, independente das consequências para os outros.

Aguinis e Gabriel (2020) relatam o caso da Amazon, multinacional que atua com comércio online. A empresa decidiu expandir o fornecimento de serviços alimentícios, com o discurso socialmente responsável de fornecer um serviço essencial à população em tempo de pandemia. Entretanto, essa expansão não foi pensada em conjunto com iniciativas relativas à saúde dos seus colaboradores, de forma que os funcionários passaram por condições inseguras de trabalho, tendo contato com infectados em armazéns lotados. Nas palavras de Aguinis e Gabriel (2020), ainda que a intenção de responsabilidade social tenha sido teoricamente boa, na prática, foi em detrimento da saúde dos seus colaboradores.

Pajares e Nishii (2021) relatam sua pesquisa sobre empresas peruanas e suas ações de responsabilidade social empresarial durante o período pandêmico. Através dos sites e redes sociais oficiais das empresas investigadas, os autores puderam notar que aquelas do setor industrial, energia e petróleo, por exemplo, tiveram maior impacto positivo nas comunidades e no meio ambiente, por meio de doações de alimentos à população vulnerável, equipamentos



de proteção para centros de saúde, além de auxílio financeiro a organizações não-governamentais. Outras ações incluíram promover a continuidade do ensino em colégios públicos por meio de plataformas de aprendizagem virtuais e pelo rádio, além de auxiliar na construção de serviços médicos. Por sua vez, no setor financeiro, as empresas buscaram facilitar a comunicação com seus clientes, bem como simplificar pagamento, por meio de financiamentos ou abonos.

Com relação aos colaboradores, os autores notaram ações relativas à assistência psicológica, facilitação de transporte até o local de trabalho, implementação do teletrabalho e até mesmo ajuda financeira. Ademais, foram notadas informações de prevenção e proteção contra o vírus tanto para o colaborador, quanto para seus clientes (PAJARES e NISHII, 2021).

Durante a pandemia, as organizações precisaram se adaptar para garantir seu funcionamento. O caráter emergencial da quarentena exigiu o fechamento da grande maioria das empresas, buscando promover o isolamento social, o que gerou um impacto na economia (PASSOS et al, 2021). Uma das ações que buscou diminuir este impacto foi a implementação do teletrabalho (*home office*), que possibilitou que os colaboradores continuassem trabalhando em segurança dentro de suas casas. Alves, Amorim e Bezerra (2020) contam o caso de uma empresa familiar do ramo da tecnologia, que implantou o *home office* em caráter emergencial, tendo garantido todo o suporte de infraestrutura a seus funcionários, além de adaptar práticas de interação social para o âmbito remoto, com o compartilhamento de mensagens e reuniões remotas.

Passos et al (2020) relatam o caso da empresa de varejo Magazine Luiza, que durante o período pandêmico contribuiu com organizações não-governamentais (ONG), além de doar equipamentos a hospitais, desenvolver campanhas contra a violência contra as mulheres, e, ainda, lançar em seu próprio site uma plataforma para que pequenos comerciantes pudessem anunciar e vender seus produtos. A empresa não focou apenas nos clientes externos, mas também voltou seu olhar para os colaboradores, se comprometendo a não realizar demissões durante o período em que precisou fechar suas lojas, preferindo, renegociar contratos com seus fornecedores, suspender seus investimentos e reduzir salários daqueles com cargos mais altos, como conselheiros e executivos. Ademais, cerca de metade do seu efetivo teve suas férias antecipadas, além de ações como antecipação do pagamento de vale-alimentação e pagamento em dobro do valor do auxílio-creche a seus colaboradores.

Segundo as autoras, ainda, Luiza Trajano, proprietária da empresa e presidente do Conselho de Administração, atuou junto com o governo brasileiro na implementação de medidas provisórias voltadas para a manutenção dos empregos da população e a diminuição do impacto financeiro nas empresas (PASSOS et al. 2020).

Silva e Moraes (2021) descrevem o caso de uma empresa do ramo de transporte de gás natural, que possuía um plano de continuidade operacional em casos de emergências e crises e, ainda que este plano não contemplasse uma pandemia, incluía estratégias a serem utilizadas visando o funcionamento da empresa. Por oferecer um serviço essencial, a operação da empresa foi mantida durante a quarentena e, com o auxílio do plano pré-definido, foram feitas as adaptações necessárias para manter a plena continuidade das atividades. Foi implantado o teletrabalho para toda a equipe, algo que já estava previsto no plano de continuidade de negócios, de forma que o setor de tecnologia já possuía as ferramentas necessárias para garantir essa implantação. A empresa ofereceu suporte psicológico, assistência social e atendimento de telemedicina para os colaboradores e seus familiares, além de estimular o exercício físico por meio de aulas de ioga e treinamento funcional. No âmbito social, a empresa investiu 6 milhões de reais em doações de aparelhos e equipamentos de proteção a



hospitais, além de cestas básicas para comunidades com menor índice de desenvolvimento humano em seu entorno (SILVA e MORAES, 2021).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A responsabilidade social está cada dia mais presente no âmbito corporativo. Atuando como uma estratégia para o desempenho financeiro, se tornou uma prática fundamental para o sucesso das organizações. Não somente utilizada em prol de rendimentos, o discurso proporciona às empresas a possibilidade de compensar suas dívidas ao meio ambiente, além de retribuir à sociedade.

Ademais, nota-se que o olhar da sociedade para a responsabilidade social empresarial tem se tornado mais crítico, não somente buscando engajar as empresas e sugerir a RSE como uma forma de impulsionar o desempenho da organização, mas visando fiscalizar as intenções por trás das ações. A pandemia do coronavírus trouxe ainda maior importância para esta questão. Em um período tão crítico, a sociedade precisou se unir para enfrentar o problema, e não poderia ser diferente para as organizações. Por meio de ações sociais, as empresas puderam demonstrar zelo pela sociedade e pelo ambiente onde estão inseridas, além de retribuir para a população, ainda que tenham existido casos destoantes.

Por meio do relato de diversas ações adotadas durante a pandemia no Brasil, além de alguns casos estrangeiros, pode-se notar que houve interesse e mobilização para auxiliar a população durante este período difícil. Entretanto, faz-se necessário ressaltar que ações externas precisam de um reflexo interno. Em um dos casos relatados, a iniciativa de colaboração externa ocorreu em detrimento da saúde dos seus próprios colaboradores. Por outro lado, citou-se também exemplos em que as organizações buscaram auxiliar seus colaboradores facilitando seu trabalho durante este momento de crise, seja através de auxílio monetário, transporte para o trabalho ou da adoção do teletrabalho.

Ainda que a pandemia do COVID-19 tenha sido uma crise singular, ela serviu de lembrete de que as organizações não são entidades separadas da sociedade. Elas são compostas por pessoas e prestam serviços ou fornecem bens para outras pessoas. Faz-se necessário contribuir para o bem da sociedade e, também, compreender que seus colaboradores são parte dela e da organização ao mesmo tempo, ou seja, é necessário que haja também ações internas com o objetivo de fornecer auxílio ao seu colaborador, e não somente ações externas.

O teletrabalho, por exemplo, foi uma ação que possibilitou o funcionamento da organização ao mesmo tempo em que facilitou o colaborador. Um dos exemplos contidos no presente trabalho incluiu uma empresa que forneceu auxílio creche e aumentou a cesta básica para os seus colaboradores, ações que foram além de garantir a manutenção do serviço, mas também facilitaram ao colaborador a entrega de suas responsabilidades. É importante, então, que além de a comunidade ter uma visão satisfatória sobre a empresa, que os próprios colaboradores estejam satisfeitos e se sintam apoiados pela organização, inclusive porque eles também compõem a sociedade.

Por este motivo, espera-se que, no futuro, as organizações adotem as regulamentações dos órgãos de saúde e de instituições governamentais especializadas, ajudando a promover a saúde e a segurança da população e dos seus colaboradores, contribuindo para a sociedade de forma ativa, e, principalmente, num período de crise como a pandemia de Covid-19, contribuam com estratégias de resposta para seus colaboradores e para os público em geral.

O presente estudo buscou contribuir para a discussão sobre RSE, ainda que de forma limitada, tendo em vista a amplitude do assunto, especialmente sobre ações durante a pandemia do coronavírus. Estudos futuros podem ampliar o debate, investigando, por exemplo, as ações empresariais adotadas durante o período pandêmico no Brasil e em outros países, buscando comparar as ações em nível global.

## REFERÊNCIAS

- AGUINIS, H., Villamor, I. and GABRIEL, K.P. (2020), "Understanding employee responses to COVID-19: a behavioral corporate social responsibility perspective". **Management Research**. Vol. 18 No. 4, pp. 421-438. <https://doi.org/10.1108/MRJIAM-06-2020-1053>. Disponível em <http://hermanaguinis.com/MRCOVIDCSR.pdf>. Acesso em 18 abr. 2022
- ALMEIDA, Filipe Jorge Ribeiro de. **Responsabilidade social das empresas e valores humanos: um estudo sobre a atitude dos gestores brasileiros**. FGV EBAPE - Teses, Doutorado em Administração. Rio de Janeiro RJ, 2007. Disponível em <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/3272/ACF123.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em 17 dez. 2021.
- ALMEIDA, L. S. B.; SILVEIRA, R. M. C.; SILVA, B. C. N.; QUEIROZ, J. V. R.; OLIVEIRA, P. H. C. N. As Universidades Públicas Brasileiras no Contexto da Pandemia: Iniciativas e Parcerias no Enfrentamento da Covid-19. **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**, v. 25, n. 82, p. 1-20, 2020. Disponível em <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cgpc/article/view/82123>. Acesso em 12 mai 2022.
- ALVES, T. L. L.; AMORIM, A. F. A.; BEZERRA, M. C. C. "Nenhum a menos"! A adaptação ao home office em tempos de COVID-19. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 25, n. N. Esp., p. 1-15, 2021. Disponível em <https://www.scielo.br/j/rac/a/DnRPN85WHsFLFnvs3TCwHts/?lang=pt>. Acesso em 11 mai 2022.
- BASTOS, Bárbara Eduarda Nóbrega. **Desempenho social empresarial e o gerenciamento de impressões de uma reputação socialmente responsável: Um estudo em hotéis do litoral pernambucano**. 2009. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009. Disponível em [http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFPE\\_97c5353c41eb8a83d03f43156ac453e6](http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFPE_97c5353c41eb8a83d03f43156ac453e6). Acesso em 17 dez. 2021.
- BILENKY, Thais. EMPRESÁRIOS TOMAM VACINA ÀS ESCONDIDAS. Grupo do setor de transporte importou o imunizante da Pfizer e, violando a lei, não fez a doação para o SUS e vacinou familiares a 600 reais pelas duas doses. **Piauí**. Folha de São Paulo. 24 mar 2021. Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/empresarios-tomam-vacina-as-escondidas/>. Acesso em 18 abr 2022.
- BORGER, Fernanda Gabriela. **Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. 2001. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, University of São Paulo, São Paulo, 2001. Disponível em <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-04022002-105347/en.php> Acesso em 17 dez. 2021.
- Coronavirus disease (COVID-19). **World Health Organization**, 2022. Disponível em <https://www.who.int/health-topics/coronavirus> Acesso em 20 jan. 2022.
- COSTA, Helder Gomes. Modelo para webibliomining: proposta e caso de aplicação. **Rev. FAE**, Curitiba, v.13, n.1, p.115-126, jan./jun. 2010.
- El-Dine, Lorena Ribeiro Zem; Mello, e Vanessa Pereira da Silva e. **Especial Covid-19 - A Fiocruz em dois tempos: nas pandemias da gripe espanhola e da Covid-19**. Casa de Oswaldo Cruz. Fiocruz. Rio de Janeiro. 24 jun. 2020. Disponível em <https://coc.fiocruz.br/index.php/pt/todas-as-noticias/1813-a-fiocruz-em-dois-tempos-nas-pandemias-da-gripe-espanhola-e-da-covid-19.html> Acesso em 18 abril 2022.
- FERREIRA, T. B.; SEVERO, E. A.; GUIMARÃES, J. C. F.; NODARI, C. H. Triple Bottom Line e Vantagem Competitiva nas Pousadas de Charme em Fernando de Noronha. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 14, n. 3, p. 3-21, 2020. Disponível em <https://rgsa.emnuvens.com.br/rgsa/article/view/2347/pdf>. Acesso em 18 abr. 2022.
- FERRER, F. C. S.; MOREIRA, J. R.; JESUS, J. S. A responsabilidade social das empresas: uma análise além do discurso organizacional. **Revista Negócios em Projeção**, v. 10, n. 1, p. 205-219, 2019. Disponível em <http://revista.faculadeprojecao.edu.br/index.php/Projecao1/article/view/1367>. Acesso em 20 jan. 2022.
- FURONI, Evandro. Após interrupção da Anvisa, jogo entre Brasil e Argentina é suspenso. Emiliano Martinez, Emiliano Buendía, Giovani Lo Celso e Cristian Romero entraram no país sem cumprir quarentena. **CNN Brasil**.

São Paulo. 05 set 2021. Disponível em <<https://www.cnnbrasil.com.br/esporte/brasil-e-argentina-5-de-setembro/>>. Acesso em 18 abr 2022.

HERNÁNDEZ PAJARES, J., & YAGUI NISHII, V. Desempeño de responsabilidad social empresarial divulgado en medios virtuales por el impacto del COVID-19. **Cuadernos Latinoamericanos De Administración**. [S. l.], v. 17, n. 33, 2021. DOI: 10.18270/cuaderlam.v17i33.3438. Disponível em <[https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/rse\\_covid\\_19\\_medios\\_virtuales/3115](https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/rse_covid_19_medios_virtuales/3115)>. Acesso em 18 abr 2022.

MARTINS, A. F. .; SILVA FILHO, O. J. da .; MANNARELLI FILHO, T. Corporate social responsibility actions in times of pandemic. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 9, p. e7610917818, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i9.17818. Disponível em: <<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/17818>>. Acesso em 18 abr. 2022.

PASSOS, A. P. P. D.; MENEGHINI, E. M. P.; GAMA, M. A. B.; LANA, J. Tem no Magalu: Estratégias sociais, políticas e de mercado durante a COVID-19. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 25, n. N. Esp., p. 1-18, 2021. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/rac/a/9c4xC5XpnfzKqbVpFWKfPLc/?lang=pt>>. Acesso em 11 mai 2022.

Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a Covid-19 - PNO. **MINISTÉRIO DA SAÚDE**. Disponível em <<https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/vacinas/plano-nacional-de-operacionalizacao-da-vacina-contr-a-covid-19>>. Acesso em 18 abr. 2022.

WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard. **WORLD HEALTH ORGANIZATION**. Disponível em <<https://covid19.who.int/>>. Acesso em 18 abr. 2022.

PLETSCH, C. S.; SILVA, A.; HEIN, N. Responsabilidade Social e Desempenho Econômico-Financeiro das Empresas Listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 9, n. 2, p. 53-69, 2015. Disponível em <[https://www.researchgate.net/profile/Alini-Da-Silva/publication/286836887\\_Social\\_responsibility\\_and\\_financial\\_performance\\_of\\_listed\\_companies\\_in\\_corporate\\_sustainability\\_index/links/5e1ccdf4585159aa4ce754c/Social-responsibility-and-financial-performance-of-listed-companies-in-corporate-sustainability-index.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alini-Da-Silva/publication/286836887_Social_responsibility_and_financial_performance_of_listed_companies_in_corporate_sustainability_index/links/5e1ccdf4585159aa4ce754c/Social-responsibility-and-financial-performance-of-listed-companies-in-corporate-sustainability-index.pdf)>. Acesso em 20 jan. 2022

REIS, Giovanna. Em falta e inflacionado, grandes empresas doam álcool em gel para hospitais e comunidades. Dos cosméticos à cachaça, marcas como Ambev, Natura e Unilever unem esforços para abastecer as famílias e o sistema de saúde durante a pandemia. **Folha de São Paulo**. São Paulo. 15.abr.2020. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2020/04/em-falta-e-inflacionado-grandes-empresas-doam-alcool-em-gel-para-hospitais-e-comunidades.shtml>>. Acesso em 18 abr 2022.

SANTOS, Thaís Megale Rezende dos. **Impactos da covid-19 nas políticas de responsabilidade social corporativa: perspectiva das empresas portuguesas do segmento da restauração**. 2021. Tese de Doutorado. Disponível em <<https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/34897/1/202749886.pdf>> Acesso em 20 jan. 2022.

SILVA, C. D. D. S.; MORAES, A. B. G. M. O Papel Estratégico do Capital Humano na Gestão de Crise – A Pandemia de Covid-19. **Revista de Gestão e Projetos**, v. 12, n. 2, p. 214-232, 2021. Disponível em <<https://doi.org/10.5585/gep.v12i2.19255>>. Acesso em 11 mai 2022.