

RESPONSABILIDADE SOCIAL – UMA ALAVANCA PARA SUSTENTABILIDADE

AUTORIA: Maria Elisabeth Pereira Kraemer

Contadora, CRC/SC nº 11.170, Professora e Integrante da Equipe de Ensino e Avaliação na Pró-Reitoria de Ensino da UNIVALI – Universidade do Vale do Itajaí. Mestre em Relações Econômicas Sociais e Internacionais pela Universidade do Minho-Portugal. Doutoranda em Ciências Empresariais pela Universidade do Museu Social da Argentina. Integrante da Corrente Científica Brasileira do Neopatrimonialismo e da ACIN – Associação Científica Internacional Neopatrimonialista.

ENDEREÇO: Avenida Joca Brandão nº 111, Edifício Dona Emília, apto 902 - Centro.

CEP 88.301-300 - ITAJAÍ – SC – BRASIL

E-mail: beth.kraemer@terra.com.br

TELEFONE/FAX: (0XX) 47-3446558

RESPONSABILIDADE SOCIAL – UMA ALAVANCA PARA SUSTENTABILIDADE

Resumo

As organizações empresariais, graças à riqueza que acumulam e que têm o potencial de concentrar, trazem em si o grande potencial de mudar e melhorar o ambiente social. Outros valores passaram a fazer parte do objetivo da empresa. A maximização do acionista ainda é um dos objetivos, mas dificilmente será plenamente autêntico se outros objetivos não forem cumpridos, como as responsabilidades sociais e ambientais. Os administradores passaram a preocupar-se mais com as pessoas e o meio em que interagem. A responsabilidade empresarial em relação ao meio ambiente deixou de ser apenas uma postura frente às imposições para transformar-se em atitudes voluntárias, superando as próprias expectativas da sociedade. Compreender essa mudança de paradigma é vital para a competitividade, pois o mercado está, a cada dia, mais aberto e competitivo, fazendo com que as empresas tenham que se preocupar com o controle dos impactos ambientais. Este cenário que, a princípio, parece colocar as organizações em xeque, no que diz respeito às suas relações com a natureza, deve ser encarado como uma oportunidade para que elas passem a implementar práticas sustentáveis de gerenciamento, não apenas como uma postura reativa a exigências legais ou pressões de grupos ambientalistas, mas sim com a intenção de obter vantagens competitivas.

1 – Introdução

O mundo corporativo tem um papel fundamental na garantia de preservação do meio ambiente e na definição da qualidade de vida das comunidades de seus funcionários. Empresas socialmente responsáveis geram, sim, valor para quem está próximo. E, acima de tudo, conquistam resultados melhores para si próprias. A responsabilidade social deixou de ser uma opção para as empresas. É uma questão de visão, de estratégia e, muitas vezes, de sobrevivência.

Os assuntos ambientais estão crescendo em importância para a comunidade de negócios em termos de responsabilidade social, do consumidor, desenvolvimento de produtos, passivos legais e considerações contábeis. A inclusão da proteção do ambiente entre os objetivos da administração amplia substancialmente todo o conceito de administração. Os administradores cada vez mais têm que lidar com situações em que parte do patrimônio das empresas é simplesmente ceifada pelos processos que envolvem o ressarcimento de danos causados ao meio ambiente, independentemente desses danos poderem ser remediados ou não.

A gestão ambiental vem ganhando um espaço crescente no meio empresarial. O desenvolvimento da consciência ecológica em diferentes camadas e setores da sociedade mundial acaba por envolver também o setor empresarial. Naturalmente, não se pode afirmar que todos os setores empresariais já se encontram conscientizados da importância da gestão responsável dos recursos naturais.

A empresa que não buscar adequar suas atividades ao conceito de desenvolvimento sustentável está fadada a perder competitividade em curto ou médio prazo.

2 – O ambiente como estratégia empresarial

O fator ambiental vem mostrando a necessidade de adaptação das empresas e conseqüentemente direciona novos caminhos na sua expansão. As empresas devem mudar seus paradigmas, mudando sua visão empresarial, objetivos, estratégias de investimentos e de

marketing, tudo voltado para o aprimoramento de seu produto, adaptando-o à nova realidade do mercado global e corretamente ecológico.

O paradigma atual de desenvolvimento é um modelo meramente capitalista que visa ao lucro máximo. Portanto, o crescimento econômico em si gera bem-estar à sociedade, e o meio ambiente é apenas um bem privado, no que se refere à produção e descarte dos seus resíduos. Dentro desse processo, ao longo dos últimos 30 anos, pode-se afirmar que os recursos naturais são tratados apenas como matéria-prima para o processo produtivo, principalmente no processo produtivo industrial. O que aconteceu é que este modelo, da maneira como foi idealizado, não é sustentável ao longo do tempo. Ficou claro que os recursos naturais eram esgotáveis e, portanto, finitos, se mal utilizados.

Assume-se que as reservas naturais são finitas e que as soluções ocorrem através de tecnologias mais adequadas ao meio ambiente. Deve-se atender às necessidades básicas usando o princípio da reciclagem.

Este novo fazer foi construído, em grande parte, a partir dos resultados da Rio-92, onde a noção de desenvolvimento sustentável se alastrou e se estruturou. Porém, o que a noção e os conceitos de sustentabilidade trazem como novo desafio são os caminhos para a gestão ambiental.

Nesse aspecto, as empresas têm um papel extremamente relevante. Através de uma prática empresarial sustentável, provocando mudança de valores e de orientação em seus sistemas operacionais, estarão engajadas à idéia de desenvolvimento sustentável e preservação do meio ambiente.

Neste novo paradigma, Almeida (2002) diz que a idéia é de integração e interação, propondo uma nova maneira de olhar e transformar o mundo, baseada no diálogo entre saberes e conhecimentos diversos. No mundo sustentável, uma atividade – a econômica, por exemplo – não pode ser pensada ou praticada em separado, porque tudo está inter-relacionado, em permanente diálogo. No quadro 1, tem-se as diferenças entre o velho e o novo paradigmas:

Quadro 1 – Paradigma cartesiano versus paradigma da sustentabilidade

Cartesiano	Sustentável
Reduccionista, mecanicista, tecnocêntrico	Orgânico, holístico, participativo
Fatos e valores não relacionados	Fatos e valores fortemente relacionados
Preceitos éticos desconectados das práticas cotidianas	Ética integrada ao cotidiano
Separação entre o objetivo e o subjetivo	Interação entre o objetivo e o subjetivo
Seres humanos e ecossistemas separados, em uma relação de dominação	Seres humanos inseparáveis dos ecossistemas, em uma relação de sinergia
Conhecimento compartimentado e empírico	Conhecimento indivisível, empírico e intuitivo
Relação linear de causa e efeito	Relação não-linear de causa e efeito
Natureza entendida como descontínua, o todo formado pela soma das partes	Natureza entendida como um conjunto de sistemas inter-relacionados, o todo maior que a soma das partes
Bem-estar avaliado por relação de poder (dinheiro, influência, recursos)	Bem-estar avaliado pela qualidade das inter-relações entre os sistemas ambientais e sociais
Ênfase na quantidade (<i>renda per capita</i>)	Ênfase na qualidade (qualidade de vida)
Análise	Síntese
Centralização de poder	Descentralização de poder
Especialização	Transdisciplinaridade
Ênfase na competição	Ênfase na cooperação

Pouco ou nenhum limite tecnológico	Limite tecnológico definido pela sustentabilidade
------------------------------------	---

Fonte: Almeida (2002).

Os empresários, neste novo papel, tornam-se cada vez mais aptos a compreender e participar das mudanças estruturais na relação de forças nas áreas ambiental, econômica e social. Também, em sua grande parte, já decidiram que não querem ter mais passivos ambientais.

As questões sociais e ambientais são reunidas e passam a ser ainda mais exigidas no conceito de sustentabilidade. A sustentabilidade, para Gray (2003), é um conceito difícil de aplicar em qualquer corporação individual. Ele é basicamente um conceito global. Mas isto não significa que não tenha aplicação em corporações – como, um número cada vez maior de empresas e grupos de pressão/solucionadores de problemas corporativos está rapidamente reconhecendo.

Essa conscientização nos conduzirá ao desenvolvimento sustentável, definido no Relatório *Brundtland* (Nosso Futuro Comum), elaborado pela Comissão Mundial do Meio Ambiente e Desenvolvimento (1988), como “aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades”.

Para Callenbach (1993), a **administração ambiental** está associada à idéia de resolver os problemas ambientais em benefício da empresa. Ela carece de uma dimensão ética e suas principais motivações são a observância das leis e a melhoria da imagem da empresa. Já o **gerenciamento ecológico** é motivado por uma ética ecológica e por uma preocupação com o bem-estar das futuras gerações. Seu ponto de partida é uma mudança de valores na cultura empresarial.

Quanto ao gerenciamento ecológico, Capra apud Callenbach (1993) diz que envolve a passagem do pensamento mecanicista para o pensamento sistêmico. Um aspecto essencial dessa mudança é que a percepção do mundo como máquina cede lugar à percepção do mundo como sistema vivo. Essa mudança diz respeito à nossa percepção da natureza, do organismo humano, da sociedade e, portanto, também à nossa percepção de uma organização de negócios.

Neste sentido, Sá (2002) refere que há uma consciência social em marcha, cuja formação se acelera e que condena a especulação gravosa da riqueza e o uso inadequado de utilidades, como fatores de destruição do planeta e como lesão à vida dos entes que povoam o mundo.

Esse novo paradigma precisa ser acompanhado por uma mudança de valores, passando da expansão para a conservação, da quantidade para a qualidade, da denominação para a parceria.

Bertalanffy (1977), com sua Teoria Geral dos Sistemas, enfatiza que tudo está unido a tudo e que cada organismo não é um sistema estático fechado ao mundo exterior, mas sim um processo de intercâmbio com o meio circunvizinho, ou seja, um sistema aberto num estado quase estacionário, onde materiais ingressam continuamente, vindos do meio ambiente exterior, e neste são deixados materiais provenientes do organismo.

Segundo Bateson (1987), um sistema vivo não se sustenta somente com a energia que recebe de fora, mas fundamentalmente pela organização da informação que o sistema processar.

As empresas, para Capra apud Callenbach (1993), são **sistemas vivos**, cuja compreensão não é possível apenas pelo prisma econômico. Como sistema vivo, a empresa não pode ser rigidamente controlada por meio de intervenção direta, porém, pode ser

influenciada pela transmissão de orientações e emissão de impulsos. Esse novo estilo de administração é conhecido como **administração sistêmica**.

3 – Responsabilidade Social

As empresas de hoje são agentes transformadores que exercem uma influência muito grande sobre os recursos humanos, a sociedade e o meio ambiente, possuindo também recursos financeiros, tecnológicos e econômicos. Diante disto, procuram colaborar de alguma forma para o fortalecimento destas áreas, com posturas éticas, transparência, justiça social. Os empresários, neste novo papel, tornam-se cada vez mais aptos a compreender e participar das mudanças estruturais na relação de forças nas áreas ambiental, econômica e social.

As companhias estão sendo incentivadas agora e cada vez mais pela administração pública e pelos seus *stakeholders* a focalizar seus impactos ambientais e sociais, desenvolver maneiras apropriadas a internalizar e reduzir seus custos associados, e a construção de relatório para uma sustentabilidade ambiental maior.

Nos últimos anos, houve progressos surpreendentes na área de gerenciamento e relatório ambiental e, mais recentemente, o mesmo ocorreu quanto à conscientização sobre a responsabilidade social e a crescente compreensão dos desafios da sustentabilidade.

Todas as empresas gostariam de ser admiradas pela sociedade, por seus funcionários, pelos parceiros de negócios e pelos investidores. O grande problema é estar disposto a encarar os desafios que se colocam no caminho de uma companhia realmente cidadã. O primeiro deles, segundo Vassallo (2000), é o desafio operacional. Uma empresa responsável pensa nas conseqüências que cada uma de suas ações pode causar ao meio ambiente, a seus empregados, à comunidade, ao consumidor, aos fornecedores e a seus acionistas. De nada adianta investir milhões em um projeto comunitário e poluir os rios próximos de suas fábricas ou dar benefícios e oportunidades a seus funcionários e não ser transparente com seus consumidores, ou ainda preservar florestas no Brasil e comprar componentes de um fabricante chinês que explora mão-de-obra infantil.

Neste sentido, o Parecer de Iniciativa sobre a Responsabilidade Social (2003) diz que a responsabilidade social é a integração voluntária pelas empresas das preocupações sociais e ambientais nas suas atividades comerciais e nas suas relações com todas as partes. É complementar das soluções legislativas e contratuais a que as empresas estão ou podem vir a estar obrigadas e que se aplicam a questões como, por exemplo, o desenvolvimento da qualidade de emprego, a adequada informação, consulta e participação dos trabalhadores, bem como o respeito e a promoção dos direitos sociais e ambientais e a qualidade dos produtos e serviços.

Trata-se, segundo o Parecer de Iniciativa sobre a Responsabilidade Social (2003), de uma noção compreensiva e abrangente, que se situa mais no âmbito das boas práticas e da ética empresarial e da moral social do que no dos normativos jurídicos. Abrange aspectos tão diversos como os que vão da gestão de recursos humanos e da cultura de empresa até a escolha dos parceiros comerciais e das tecnologias. Implica, pois, uma abordagem integrada das dimensões financeira, tecnológica, comercial, deontológica e social da empresa, tanto mais quanto ela é, na sua essência, uma comunidade de pessoas ao serviço do bem comum.

O Livro Verde (2001) diz que a responsabilidade social das empresas é, essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo.

A empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa.

4 - Histórico da responsabilidade social

Tornou-se evidente em 1919, de acordo com Toldo (2002), a questão da responsabilidade corporativa com o julgamento na Justiça americana do caso de Henry Ford, presidente acionista majoritário da Ford Motor Company, e seu grupo de acionistas liderados por John e Horace Dodge, que contestavam a idéia de Ford. Em 1916, argumentando a realização de objetos sociais, Ford decidiu não distribuir parte dos dividendos aos acionistas e investiu na capacidade de produção, no aumento de salários e em fundo de reserva para diminuição esperada de receitas devido à redução dos preços dos carros. É lógico que a Suprema Corte decidiu a favor de Dodge, entendendo que as corporações existem para o benefício de seus acionistas e que os diretores precisam garantir o lucro, não podendo usá-lo para outros fins.

A idéia de que a empresa deveria responder apenas aos seus acionistas começou a receber críticas durante a Segunda Guerra Mundial. Nesta época, diversas modificações aconteceram nos Estados Unidos.

Em 1953, outro fato trouxe a público a discussão sobre a inserção da empresa na sociedade e suas responsabilidades: o caso A P. Smith Manufacturing Company versus seus acionistas, que contestavam a doação de recursos financeiros à Universidade de Princeton. Nesse período, a Justiça estabeleceu a lei da filantropia corporativa, determinando que uma corporação poderia promover o desenvolvimento social.

Segundo Toldo (2002), nos anos 60, autores europeus se destacavam, discutindo problemas sociais e suas possíveis soluções, e nos Estados Unidos as empresas já se preocupavam com a questão ambiental e em divulgar suas atividades no campo social.

Já na década de 70, começou a preocupação com o como e quando a empresa deveria responder por suas obrigações sociais. Nessa época, a demonstração para a sociedade das ações empresariais tornou-se extremamente importante.

De acordo com Tinoco (2001), a França foi o primeiro país do mundo a ter uma lei que obriga as empresas que tenham mais de 300 funcionários a elaborar e publicar o Balanço Social. Seu objetivo principal prende-se a informar ao pessoal o clima social na empresa, a evolução do efetivo; em suma, estabelecer as performances da empresa no domínio social. Este balanço, segundo o autor, é bastante paternalista, pois exclui os fatos econômicos dos fatos sociais.

Na década de 90, com uma maior participação de autores na questão da responsabilidade social, entrou em cena a discussão sobre os temas ética e moral nas empresas, o que contribui de modo significativo para a conceituação de responsabilidade social.

5 - Responsabilidade social no Brasil

Em 1960, foi constituída a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), com sede em São Paulo, iniciando assim uma pregação sobre responsabilidade social nos dirigentes das empresas. Em 1977, ADCE organizou o 2º Encontro Nacional de Dirigentes de Empresas, tendo como tema central o Balanço Social da Empresa. Em 79, a ADCE passa a organizar seus congressos anuais e o Balanço Social tem sido objeto de reflexão.

Foi elaborado em 1984 o primeiro trabalho acadêmico do professor João Eduardo Prudêncio Tinoco, que é uma dissertação de mestrado do Departamento de Contabilidade e Atuaria da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São

Paulo - FEA-USP com o título de: Balanço Social: uma abordagem socioeconômica da Contabilidade.

Em 1991, foi encaminhado ao Congresso um anteprojeto propondo publicação do Balanço Social pelas empresas, porém, não foi aprovado. Foi publicado pelo Banespa, em 1992, um relatório divulgando as suas ações sociais. Em 1993, o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançou a Campanha Nacional da Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida, com o apoio do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), que constitui o marco da aproximação dos empresários com as ações sociais. Em 1997, Betinho lançou um modelo de Balanço Social e, em parceria com a Gazeta Mercantil, criou o selo do Balanço Social, estimulando as empresas a divulgarem seus resultados na participação social.

Foi criado, em 1998, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social pelo empresário Oded Grajew. O Instituto serve de ponte entre os empresários e as causas sociais. Seu objetivo é disseminar a prática da responsabilidade social empresarial por meio de publicações, experiências, programas e eventos para os interessados na temática. Em 1999, a adesão ao movimento social se refletiu na publicação do seu balanço no Brasil por 68 empresas. No mesmo ano, foi fundado o Instituto Coca-Cola no Brasil, voltado à educação, a exemplo da fundação existente nos Estados Unidos desde 1984.

Segundo Toldo (2002), a Câmara Municipal de São Paulo premiou em 1999, com o selo Empresa Cidadã as empresas que praticaram a responsabilidade social e publicaram o Balanço Social e a Associação de Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVMB) incluiu em sua premiação o prêmio Top Social. A Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança destacou-se pelo trabalho de erradicação do trabalho infantil, exemplo que atraiu um número crescente de adeptos. A empresa que combate o abuso contra criança ganhou o selo Empresa Amiga da Criança.

O primeiro dado relevante a se destacar na comparação entre 2000 e 1999 é que a média de gastos por empregado cresceu em praticamente todos os indicadores sociais internos, ou seja, o valor gasto com empregados em alimentação, previdência privada, saúde, segurança e medicina no trabalho, educação, cultura, participação nos lucros e capacitação e desenvolvimento profissional foi 80,1% maior em 2000. A média do gasto em previdência privada foi 2,3 vezes maior e a participação nos lucros quase dobrou. A única exceção foi em creche, com redução de 8%. Este crescimento, porém, não quer dizer que o investimento social destas empresas esteja compatível com o que delas se espera. Em todo caso, é um dado positivo.

Dessa forma, Torres (2002) diz que para conquistar um diferencial e obter a credibilidade e aceitação da sociedade e das diversas partes interessadas dentro do universo empresarial, além de novas práticas e da publicação anual dos balanços e relatórios sociais e ambientais, as corporações têm buscado certificações, selos e standards internacionais na área social. Entre os exemplos brasileiros mais significativos, estão o 'Selo Empresa Amiga da Criança', conferido pela Fundação Abrinq; o 'Selo Empresa-Cidadã', que é uma premiação da Câmara Municipal da Cidade de São Paulo; e o 'Selo Balanço Social Ibase/Betinho', do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas desde 1998.

Neste sentido, A Corporate Social Responsibility apud Vassallo (2000) diz que não existe uma fórmula geral de responsabilidade social quando se trata de negócios. Mas alguns passos básicos podem ajudar muito na implantação de uma estratégia de boa cidadania corporativa. A seguir, alguns deles:

→ **Desenvolva uma missão**, uma visão e um conjunto de valores a serem seguidos.

→ Para que a **responsabilidade social** seja uma parte integrante de cada processo decisório, é **preciso que ela faça parte do DNA da companhia** – seu quadro de missões, visões e valores. Isso leva a um comprometimento explícito das lideranças e dos funcionários com

questões como ética nos negócios e respeito a acionistas, clientes, fornecedores, comunidades e meio ambiente.

→ **Coloque seus valores em prática** – é básico. De nada adianta ter um maravilhoso quadro de valores na parede do escritório se eles não são exercitados e praticados a cada decisão tomada.

→ **Promova a gestão executiva responsável** – esse é um exercício diário e permanente. É preciso fazer com que cada executivo leve em consideração os interesses dos seus partícipes antes de tomar qualquer decisão estratégica.

→ **Comunique, eduque e treine** – as pessoas só conseguirão colocar valores de cidadania corporativa em prática se os conhecerem e souberem como aplicá-los no dia-a-dia.

→ **Publique balanços sociais e ambientais** – elaborados por especialistas e auditores externos, eles garantem uma visão crítica de como acionistas, funcionários, organizações comunitárias e ambientalistas enxergam a atuação da empresa.

→ **Use sua influência de forma positiva** – o mundo corporativo é formado por uma grande rede de relacionamentos. Use os valores cidadãos de sua empresa para influenciar a atuação de fornecedores, clientes e companhias do mesmo setor.

6 - Responsabilidade social no âmbito internacional

Destacam-se, no âmbito internacional, as normas BS 8800 e OHSAS 18001, que tratam de segurança e saúde no ambiente de trabalho. Além dessas, existem as normas AA 1000 e Social Accountability 8000 (SA 8000), com foco na responsabilidade social corporativa. Mesmo ainda pouco conhecida no Brasil, a norma SA 8000 merece uma atenção especial, entre outros motivos, pelo fato de que a obtenção e manutenção desse certificado prevê o envolvimento dos trabalhadores da empresa, bem como a participação de ONGs e sindicatos.

Fundamentalmente, a Social Accountability 8000 visa aprimorar o bem-estar e as condições de trabalho no ambiente corporativo, a partir do desenvolvimento de um sistema de verificação que deve garantir o cumprimento das exigências contidas na norma e a contínua conformidade com os padrões estabelecidos. Seus requisitos estão baseados nas declarações internacionais de direitos humanos, na defesa dos direitos da criança e nas convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT). Para isso, a SA 8000 apresenta-se como um sistema de auditoria similar à certificação ISO 9000, que atualmente já é apresentada por mais de 300 mil empresas em todo o mundo.

Criada em 1997 e desenvolvida por um conselho internacional que reúne empresários, ONGs e organizações sindicais, a SA 8000 quer encorajar a participação de todos os setores da sociedade na melhoria das condições de trabalho e de vida no ambiente corporativo, eliminar o trabalho forçado e acabar com a exploração do trabalho infantil. Além de ser uma questão ética em si, garantir boas e dignas condições de trabalho tornou-se fundamental no atual mundo dos negócios. Por um lado, contribui para o sucesso num mercado cada vez mais competitivo e globalizado; por outro, faz parte da construção de uma sociedade mais justa e fraterna para todos.

Enfim, outras conquistas empresarias, como as normas ISO e qualidade ambiental, tornam-se um aspecto bastante expressivo e mostram o empenho empresarial em contribuir para uma sociedade com qualidade de vida melhor para todos.

7 - Responsabilidade social e ambiental

A gestão ambiental e da responsabilidade social, para um desenvolvimento que seja sustentável econômica, social e ecologicamente, precisa contar com executivos e profissionais

nas organizações, públicas e privadas, que incorporem tecnologias de produção inovadoras, regras de decisão estruturadas e demais conhecimentos sistêmicos (sistema) exigidos no contexto em que se inserem.

O desenvolvimento econômico e o meio ambiente estão intimamente ligados. Só é inteligente o uso de recursos naturais para o desenvolvimento caso haja parcimônia e responsabilidade no uso dos referidos recursos. Do contrário, a degradação e o caos serão inevitáveis. De acordo com a figura 1, a ordem é a busca do desenvolvimento sustentável, que em três critérios fundamentais devem ser obedecidos simultaneamente: equidade social, prudência ecológica e eficiência econômica.

Figura 1 – Desenvolvimento Sustentável – Tripé da sustentabilidade empresarial



Fonte: www.copesul.com.br

Os novos tempos, conforme Tachizawa (2002), caracterizam-se por uma rígida postura dos clientes, voltada à expectativa de interagir com organizações que sejam éticas, com boa imagem institucional no mercado e que atuem de forma ecologicamente responsável.

A melhoria das condições de vida, segundo Coelho & Dutra (2000), passa obrigatoriamente por um conjunto de ações que transcende ao importante item de preservação ambiental e se expande para a melhoria das condições de trabalho, assistência médica e social, além de incentivo às atividades culturais, artísticas, bem como à preservação, reforma e manutenção de bens públicos e religiosos.

A questão ambiental está se tornando cada vez mais matéria obrigatória das agendas dos executivos. A internacionalização dos padrões de qualidade ambiental descrito na série ISO 14000, a globalização dos negócios, a conscientização crescente dos atuais consumidores e a disseminação da educação ambiental nas escolas permitem antever que a exigência futura que farão os consumidores em relação à preservação do meio ambiente e à qualidade de vida deverá intensificar-se.

Neste contexto, Kraemer (2000) diz que as organizações deverão incorporar a variável ambiental no aspecto de seus cenários e na tomada de decisão, mantendo com isso uma postura responsável de respeito à questão ambiental. Empresas experientes identificam resultados econômicos e resultados estratégicos do engajamento da organização na causa ambiental. Estes resultados não se viabilizam de imediato, há necessidade de que sejam corretamente planejados e organizados todos os passos para a interiorização da variável

ambiental na organização para que ela possa atingir o conceito de excelência ambiental, trazendo com isso vantagem competitiva.

Na informação sobre o meio ambiente, deve-se incluir a Contabilidade, porque, na atualidade, o meio ambiente é um fator de risco e de competitividade de primeira ordem. A não inclusão dos custos e obrigações ambientais distorcerá tanto a situação patrimonial como a situação financeira e os resultados da empresa.

8 – A responsabilidade ambiental da empresa

Ecologia e empresa eram considerados dois conceitos e realidades inconexas. A ecologia é a parte da biologia que estuda a relação entre os organismos vivos e seu ambiente. Dessa forma, é entendida como uma ciência específica dos naturalistas, distanciada da visão da Ciência Econômica e Empresarial. Para a empresa, o meio ambiente que estuda ecologia constitui simplesmente o suporte físico que fornece à empresa os recursos necessários para desenvolver sua atividade produtiva e o receptor de resíduos que se geram.

Alguns setores já assumiram tais compromissos com o novo modelo de desenvolvimento, ao incorporarem, nos modelos de gestão, a dimensão ambiental. A gestão de qualidade empresarial passa pela obrigatoriedade de que sejam implantados sistemas organizacionais e de produção que valorizem os bens naturais, as fontes de matérias-primas, as potencialidades do quadro humano criativo, as comunidades locais e que devem iniciar o novo ciclo, onde a cultura do descartável e do desperdício seja coisa do passado. Atividades de reciclagem, incentivo à diminuição do consumo, controle de resíduo, capacitação permanente dos quadros profissionais, em diferentes níveis e escalas de conhecimento, fomento ao trabalho em equipe e às ações criativas são desafios-chave neste novo cenário.

A nova consciência ambiental, surgida no bojo das transformações culturais que ocorreram nas décadas de 60 e 70, ganhou dimensão e situou o meio ambiente como um dos princípios fundamentais do homem moderno. Nos anos 80, os gastos com proteção ambiental começaram a ser vistos pelas empresas líderes não primordialmente como custos, mas como investimentos no futuro e, paradoxalmente, como vantagem competitiva.

A inclusão da proteção do ambiente entre os objetivos da organização moderna amplia substancialmente todo o conceito de administração. Administradores, executivos e empresários introduziram em suas empresas programas de reciclagem, medidas para poupar energia e outras inovações ecológicas. Essas práticas difundiram-se rapidamente e logo vários pioneiros dos negócios desenvolveram sistemas abrangentes de administração de cunho ecológico.

Para se entender a relação entre a empresa e o meio ambiente tem que se aceitar, como estabelece a teoria de sistemas, que a empresa é um sistema aberto. Sem dúvida nenhuma, as interpretações tradicionais da teoria da empresa como sistema tem incorrido em uma certa visão parcial dos efeitos da empresa e em seu entorno.

A empresa é um sistema aberto porque está formado por um conjunto de elementos relacionados entre si, porque gera bens e serviços, empregos, dividendos, porém, também consome recursos naturais escassos e gera contaminação e resíduos. Por isto é necessário que a economia da empresa defina uma visão mais ampla da empresa como um sistema aberto.

Neste sentido, Callenbach (1993) diz que é possível que os investidores e acionistas usem cada vez mais a sustentabilidade ecológica, no lugar da estrita rentabilidade, como critério para avaliar o posicionamento estratégico de longo prazo das empresas.

9 – Empresa e sociedade: a responsabilidade social corporativa

Na sociedade de mercado, a empresa é a unidade básica de organização econômica. As empresas são o motor central do desenvolvimento econômico e devem ser, também, um motor vital do desenvolvimento sustentável. Para isto, é imprescindível que elas definam adequadamente sua relação com a sociedade e com o meio ambiente.

O conceito que melhor define essa relação é o de Responsabilidade Social Corporativa – *Corporate Social Responsibility* (CSR) – definido pela *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) como: “a decisão da empresa de contribuir ao desenvolvimento sustentável, trabalhando com seus empregados, suas famílias e a comunidade local, assim como com a sociedade em seu conjunto, para melhorar sua qualidade de vida”. A responsabilidade social faz com que a “empresa sustentável” se converta em peça chave na arquitetura do desenvolvimento sustentável.

As empresas hoje são agentes transformadores que exercem uma influência muito grande sobre os recursos humanos, a sociedade e o meio ambiente. Neste sentido, vários projetos são criados, atingindo principalmente os seus funcionários e em algumas vezes seus dependentes e o público externo, contemplando a comunidade a sua volta ou a sociedade como um todo. O grande problema é que não se realiza um gerenciamento correto a fim de saber qual o retorno para a empresa.

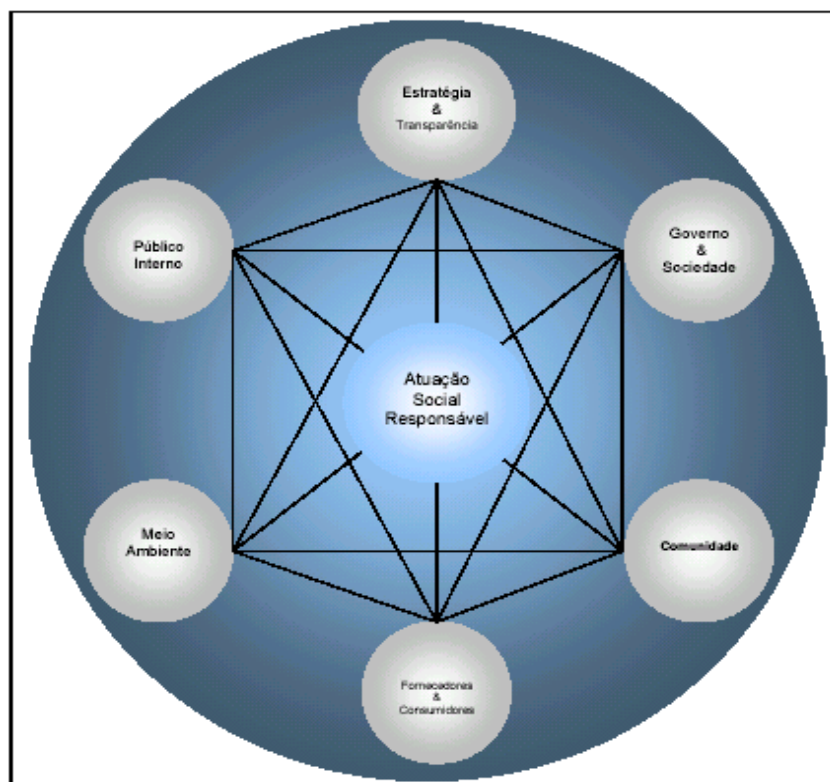
Posto isto, várias normas, diretrizes e padrões foram criados, como a Norma AA 1000, a SA 8000 e a GRI, contribuindo para criar um modelo de visão sobre as práticas de responsabilidade social e empresarial e sua gestão de desempenho. No Brasil, temos o Instituto Ethos, que é uma iniciativa de padronização, além de apresentar o modelo do Balanço Social proposto pelo IBASE.

Na União Européia, temos o Livro Verde que divide as áreas de conteúdo da Responsabilidade Social Corporativa em dois grandes blocos, sendo que o primeiro é relativo a aspectos internos e o segundo a aspectos externos.

Na dimensão interna, ao nível da empresa, as práticas socialmente responsáveis implicam, fundamentalmente, os trabalhadores e prendem-se em questões como o investimento no capital humano, na saúde, na segurança e na gestão da mudança, enquanto as práticas ambientalmente responsáveis se relacionam sobretudo com a gestão dos recursos naturais explorados no processo de produção. Estes aspectos possibilitam a gestão da mudança e a conciliação do desenvolvimento social com uma competitividade reforçada.

Quanto à dimensão externa, a responsabilidade social de uma empresa ultrapassa a esfera da própria empresa e se estende à comunidade local, envolvendo, para além dos trabalhadores e acionistas, um vasto espectro de outras partes interessadas: parceiros comerciais e fornecedores, clientes, autoridades públicas e ONG que exercem a sua atividade junto das comunidades locais ou no domínio do ambiente, conforme mostra a figura 2.

Figura 2 – Dimensões da Responsabilidade Social



Fonte: Mendonça (2002).

9.1 – Norma AA1000

Desenvolvida pelo Instituto de Responsabilidade Social e Ética – ISEA, foi criada para assistir organizações na definição de objetivos e metas, na medição do progresso em relação a estas metas, na auditoria e relato da performance e no estabelecimento de mecanismos de *feedback*. Compreendem princípios e normas de processo. Os estágios das normas de processo são: planejamento; responsabilidade; auditoria e relato; integração de sistemas; comprometimento dos *stakeholders*.

As normas de processo da AA1000 associam a definição e a integração de sistemas dos valores da organização com o desenvolvimento das metas de desempenho e com a avaliação e comunicação do desempenho organizacional.

Por este processo, focalizado no comprometimento da organização para os *stakeholders*, a AA1000 vincula as questões sociais e éticas à gestão estratégica e às operações da organização.

Em 2002, o ISEA realizou uma fase de consulta a *stakeholders* e fez uma revisão da norma, apresentando novos elementos, e esta norma foi denominada de AA 1000S. É um padrão básico de responsabilidade para melhorar a qualidade do processo de contabilidade, auditoria e relato. Não é um padrão certificável e sim um instrumento verificável de mudança organizacional, derivado da melhoria contínua, e de aprendizagem e inovação para "servir de modelo do processo a seguir na elaboração; proporcionar mais qualidade a outros padrões específicos e complemento a outras iniciativas".

9.2 – Norma SA 8000 ou *Social Accountability*

É o primeiro padrão de certificação social que busca garantir os direitos básicos dos trabalhadores. Quem credencia as organizações qualificadas para verificar a conformidade é a *Social Accountability International* – SAI.

A SA 8000 constitui um instrumento de informação extremamente importante para o consumidor globalizado, pois, atualmente, os fatores determinantes da sua escolha vão além de preço e qualidade. As pessoas necessitam saber como o produto ou serviço que estão adquirindo foi produzido, repudiando imediatamente aqueles que agregam procedimentos como, por exemplo, o trabalho infantil. Além de proteger sua reputação e a integridade de suas marcas, a SA 8000 possibilita às companhias de todo o mundo externarem seus valores éticos e seu grau de envolvimento social, aspectos fundamentais frente a um consumidor-cidadão cada vez mais participante e vigilante. O quadro 2 mostra alguns dos principais pontos apresentados pela norma SA 8000.

Quadro 2 – Principais pontos da Norma SA 8000

Trabalho Infantil	É proibida a contratação de crianças de 15 anos ou menos. Se existirem funcionários nessa faixa etária, eles não poderão ser demitidos. Nesse caso, é de responsabilidade da empresa assegurar sua educação.
Liberdade de associação e direito à negociação coletiva	Protege o direito dos trabalhadores de formar sindicatos e afiliar-se a grupos organizados
Discriminação	Proíbe a discriminação baseada na cor, nacionalidade, religião, deficiência física, sexo, orientação sexual, afiliação a sindicato ou partido político.
Horário de trabalho	A jornada normal deverá ser de 44 horas semanais. As horas extras devem ser voluntárias e ter caráter temporário, não devendo exceder 12 horas semanais.
Práticas disciplinares	Proíbe punição física, coerção e abuso verbal no uso da disciplina. A empresa também deve impedir comportamentos, como gestos, linguagem e contato físico, que sejam sexualmente coercitivos, ameaçadores, abusivos ou exploratórios.
Comunicação	A política de responsabilidade social deve ser documentada, implementada e comunicada a todos os funcionários.

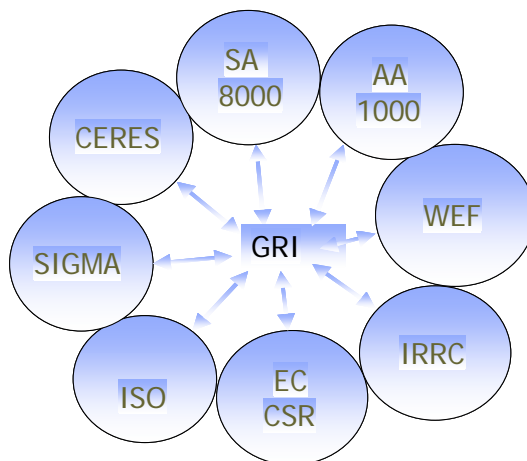
Fonte: Revista Exame - Guia de boa cidadania corporativa (2001)

9.3 – GRI - *Global Reporting Initiative* (Iniciativa Global para apresentação de relatórios)

É um acordo internacional, criado com uma visão de longo prazo, multi-*stakeholder*, cuja missão é elaborar e difundir as diretrizes para organização de relatórios de sustentabilidade aplicáveis globalmente e voluntariamente, pelas organizações CERES – *Centre for Education and Research in Environmental* (Centro para Educação e Pesquisa Ambiental), **SIGMA** - *Support for Improvement in Governance and Management in Central and Eastern European Countries* (Apoyo à melhoria governamental e gerencial de países da Europa Central e Ocidental), ISO – *International Organization for Standardization* (Organização Internacional para Padronização), **ECCSR** - *Eastern Caribbean Securities Registry* (Registro de Seguridades do Leste Caribiano), **IRRC** - *Investor Responsibility Research Center* (Centro de Pesquisa de Responsabilidade do Investidor), **WEF** - *Water Environment Federation* (Federação dos Ambientes Aquáticos ou Marinhos), **AA 1000** - *A standard for ethical performance, Accountability* (Padrão de desempenho ético), **SA 8000**

Social Accountability 8000 *Responsabilità Sociale 8000* – Responsabilidade Social ou Contabilidade Social, que desejam dar informação sobre os aspectos econômicos, ambientais e sociais das suas atividades, produtos e serviços, conforme figura 3.

Figura 3 – Organizações ligadas ao GRI



Fonte: Fundació Fórum Ambiental (2002).

O GRI não oferece nenhum modelo de Balanço Social. O que propõe baseia-se no conceito de sustentabilidade. Busca transformar a elaboração destes relatórios sobre sustentabilidade de uma rotina e conferir-lhes credibilidade como as demonstrações financeiras em termos de comparabilidade, rigor e verificabilidade.

Os indicadores para a elaboração dos relatórios abordam os três elementos inter-relacionados da sustentabilidade, tal como se aplicam a uma organização, como segue no quadro 3.

Quadro 3 – Elementos e indicadores

Econômico	Inclui, por exemplo, os gastos e benefícios, produtividade no trabalho, criação de emprego, despesas em serviços externos, despesas em investigação e desenvolvimento, investimentos em educação e outras formas de capital humano. O aspecto econômico inclui, embora não se limite só a ele, a informação financeira e respectivas declarações.
Ambiental	Inclui, por exemplo, impacto dos processos, produtos, serviços no ar, água, solo, biodiversidade e saúde humana.
Social	Inclui, por exemplo, o tratamento que se dá aos grupos minoritários e às mulheres, o trabalho feito em favor dos menores, a saúde e segurança ocupacionais, estabilidade do empregado, direitos laborais, direitos humanos, salários e condições de trabalho nas relações externas.

Fonte: <http://www.globalreporting.org>

10 – Conclusão

A preocupação com o meio ambiente tem apresentado uma dinâmica diferenciada nas organizações e nas nações nas quais estas se encontram. O mercado não mais aceita o descaso no tratamento dos recursos naturais. Os consumidores estão interessados em produtos limpos. A legislação torna-se mais rígida, imputando sanções aos infratores, obrigando as

empresas a encarar com seriedade e responsabilidade a variável ambiental em sua estratégia operacional.

Os grandes problemas que emergem da relação da sociedade com o meio ambiente são densos, complexos e altamente inter-relacionados e, portanto, para serem entendidos e compreendidos nas proximidades de sua totalidade, precisam ser observados numa ótica mais ampla.

Adequar-se às exigências ambientais dos mercados, governos e sociedade, apesar de levar a empresa a despende um montante considerável, traz benefícios financeiros e vantagens competitivas.

A responsabilidade social não é um modismo e sim uma realidade no contexto empresarial, que acarreta alterações gradativas de comportamentos e de valores nas organizações, devendo estar presente nas decisões de seus administradores e balizar seu relacionamento com a sociedade.

Posto isto, verifica-se que a sociedade é que dá permissão para a continuidade da empresa. Os detentores de recursos não querem arriscar indefinidamente seus patrimônios em companhias que se recusem a tomar medidas preventivas na área social e ambiental.

Referências

ALMEIDA, F. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

BATESON, G. **Natureza e Espírito**. Lisboa: Dom Quixote, 1987.

BERTALANFFY, L. V. **Teoria Geral dos Sistemas**. São Paulo: Vozes, Petrópolis, 1977.

CALLENBACH, E., et al. **Gerenciamento Ecológico – Eco-Management – Guia do Instituto Elmwood de Auditoria Ecológica e Negócios Sustentáveis**. São Paulo: Ed. Cultrix, 1993.

COELHO, F. S. DUTRA, R. G. CARDOSO, R. L. Evidenciação do investimento no social e no ambiental. **Revista Pensar Contábil do Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro - RJ: ano 3, n. 09, p.12-18, ago/out.2000.

COMISSÃO Mundial sobre Ambiente e Desenvolvimento **Nosso Futuro Comum**. Rio de Janeiro: FGV, p.44-50, 1988.

FUNDACIÓ Fórum Ambiental. Agencia Europea del Medio Ambiente, Barcelona, Abril de 2001. **Perfil profesional del responsable de meio ambiente en las organizaciones**. www.forumambiental.com. Acesso em 27 de novembro de 2002.

GRAY, R. **Responsabilidade, sustentabilidade e contabilidade social e ambiental: o setor corporativo pode se pronunciar?** <http://www.gla.ac.uk/departments/accounting/csear/studentresources/index.html> acesso em 23 de fevereiro de 2003.

KRAEMER, M. E. P. TINOCO, J. E. P. **Contabilidade e gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2004.

KRAEMER, M. E. P. Contabilidade ambiental como sistema de informações. **Revista Pensar Contábil do Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro - RJ: ano 3, n. 09, p.19-26, ago/out.2000.

LIVRO Verde. **Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas.** Bruxelas, 18/07/2001. Comissão das Comunidades Europeias. www.europart.eu.int. Acesso em 16 de out. de 2002.

MENDONÇA, R. R. S. **As dimensões da responsabilidade social: uma proposta de instrumento para avaliação.** <http://www.ethos.org.br.htm> Acesso 22 set/2002.

PARECER de Iniciativa sobre a **Responsabilidade Social das Empresas.** Aprovado no Plenário de 17 de janeiro de 2003. Lisboa 2003. www.ces.pt . acesso e, 25.05.2003.

REVISTA Exame. **Guia de boa cidadania corporativa, 2001.** São Paulo. N. 754, nov. 2001.

SÁ, A. L. de. **Contabilidade Ambiental.** <http://www.nelsonpeixoto.hpg.ig.com.br/Portugues/Ambiental/Index.htm>. acesso em 23 de dezembro de 2002.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa.** São Paulo: Atlas, 2002.

TINOCO, J. E. P. **Balanco Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações.** São Paulo: Atlas, 2001.

TOLDO, M. **Responsabilidade social empresarial.** Prêmio Ethos Valor. Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades. São Paulo: Peirópolis,2002.

TORRES, C. **Quando o social é a diferença.** <http://www.base.br/paginas/diferenca.html> acesso em 24/09/2002. –

VASSALLO, C. Um novo modelo de negócios. Guia de boa cidadania corporativa. **Revista Exame.** São Paulo – SP: nº 728, p.08-11, 2000.

<http://www.copesul.com.br/site/ambiente/meio/index.htm> acesso em 21 de abril de 2003.

<<http://www.globalreporting.org>. > acesso 26 out/2002.