

DIRETRIZES PARA A PRÁTICA EM RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL



SINDICATO DAS EMPRESAS DE INFORMÁTICA
DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO — SEPRORJ

DIRETRIZES PARA
A PRÁTICA
EM RESPONSABILIDADE
SOCIOAMBIENTAL

SEPRORJ
Sindicato das Empresas de Informática

Rio, maio de 2010

DIRETORIA SEPRORJ

PRESIDENTE

Benito Paret

VICE-PRESIDENTE

John L. Forman

DIRETORIA

Cristina da Silva Rodrigues

Henrique Faulhaber Barbosa

Jorge Araújo

Ladmir Carvalho

Luiz Bursztyn

Sérgio Henrique R. Fraga

DIRETOR FINANCEIRO

Luiz Carlos Sá Carvalho

SECRETÁRIO

Alberto Blois

CONSELHEIRO FISCAL TITULAR

Giosafatte Gazzeneo

Luiz Paulo Severo D'Oliveira

Maurício Laval Pina de Sousa Mugnaini

CONSELHO FISCAL SUPLENTE

Márcio Girão

Nota sobre a autora

Rita de Cassia Monteiro Afonso, Mestre (2006) e doutoranda em Engenharia de Produção pela Coppe/UFRJ. Graduada em Comunicação Social pela Faculdade da Cidade (1987); pesquisadora do Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social da Coppe/UFRJ, no Programa de Engenharia de Produção.

REVISÃO

Priscila Gurgel Thereso

PROJETO GRÁFICO, CAPA E DIAGRAMAÇÃO

Ilustrarte Design e Produção Editorial



Aviso de licença by-nd

Atribuição-Vedada a criação de obras derivativas 3.0 Unported

São autorizadas a cópia, distribuição e transmissão desta obra, sob as seguintes condições:

- **Atribuição.** Você deve creditar a obra da forma especificada pelo autor ou licenciante (mas não de maneira que sugira que estes concedem qualquer aval a você ou ao seu uso da obra).
- **Vedada a criação de obras derivadas.** Você não pode alterar, transformar ou criar em cima desta obra.
- Para qualquer reutilização ou distribuição, você deve deixar claro a terceiros os termos da licença a que se encontra submetida esta obra.
- **Onde a obra ou qualquer de seus elementos estiver em domínio público** sob o direito aplicável, esta condição não é, de maneira alguma, afetada pela licença.
- Os seguintes direitos não são, de maneira alguma, afetados pela licença:
 - Limitações e exceções aos direitos autorais ou quaisquer usos livres aplicáveis;
 - Os **direitos morais** do autor;
 - Direitos que outras pessoas podem ter sobre a obra ou sobre a utilização da obra, tais como **direitos de imagem** ou privacidade.
- Qualquer das condições acima pode ser **renunciada** se você obtiver permissão do titular dos direitos autorais.

Afonso, Rita de Cassia Monteiro.

Diretrizes para a Prática em Responsabilidade Socioambiental. Rita de Cassia Monteiro Afonso. Rio de Janeiro: SEPRORJ, 2010.

1. Responsabilidade empresarial 2. Responsabilidade social
3. Ferramentas em responsabilidade social

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	5
CARTA DE COMPROMISSO DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO COM A SUSTENTABILIDADE	7
INTRODUÇÃO	11
1. ENTENDENDO A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL	13
1.1 O que é Responsabilidade Empresarial ?	14
1.1.1 Comportamento ético e transparente	15
1.1.2 Relação com todas as partes interessadas	16
1.1.3 Contribuição com o desenvolvimento sustentável	20
2. IDEIAS PARA O DESENVOLVIMENTO DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL	22
2.1 Vetores e benefícios da responsabilidade social	22
2.2 Ideias iniciais para a adoção da responsabilidade empresarial	23
2.2.1 Por onde começar?	24
2.2.2 Relações com a comunidade	25
2.2.3 Relações com funcionários	26
2.2.4 Respeito ao meio ambiente	27
2.2.5 Respeito a mercados e a clientes	27
3. FERRAMENTAS BÁSICAS PARA A GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL	29
3.1 Balanço Social Modelo IBASE	31
3.2 Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial	33
SÍNTESE	35
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36





APRESENTAÇÃO

A publicação destas *Diretrizes para a Prática em Responsabilidade Socioambiental* pelo SEPRORJ visa contribuir com o entendimento e a adoção da gestão responsável pelas empresas de informática do Estado do Rio de Janeiro. As diretrizes apresentadas trazem de forma objetiva e clara os conceitos de responsabilidade socioambiental e de desenvolvimento sustentável, além de informações para que as ações decorrentes desses conceitos ocorram no ambiente de trabalho.

Nossa proposta é apresentar ideias que possam ser adotadas pelos empresários como prática cotidiana, de modo a garantir o compromisso pelas atividades sustentáveis, garantindo o desenvolvimento socioambiental e a construção da cidadania. As propostas levam em consideração as diferenças entre as empresas, como porte, área de atuação e cultura – esta é o principal foco: queremos que as ações sustentáveis façam parte da cultura empresarial de cada uma de nossas filiadas.

As *Diretrizes para a Prática em Responsabilidade Socioambiental* foram baseadas na Carta de Compromisso das Empresas de Tecnologia da Informação do Estado do Rio de Janeiro, resultado do diálogo com a base de empresas filiadas ao Sindicato. A Carta traduz o compromisso do setor de informática com a responsabilidade socioambiental e o desenvolvimento da sustentável.

Em complemento a esta publicação, o SEPRORJ criou um espaço em seu website onde oferece mais informações sobre este tema, além de um diretório de instituições selecionadas com as quais suas filiadas poderão tecer suas próprias parcerias.

Boa leitura e mãos à obra!



CARTA DE COMPROMISSO DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO COM A SUSTENTABILIDADE

A redação desta Carta de Compromisso com a Sustentabilidade das Empresas de Informática do Estado do Rio de Janeiro foi conduzida pelo SEPRORJ – Sindicato da Empresas de Informática do Estado do Rio de Janeiro –, e resulta do diálogo com sua base de empresas filiadas, traduzindo o compromisso do setor com a responsabilidade socioambiental e o desenvolvimento sustentável. Foi inspirada na Carta da Terra.¹

Acreditamos que juntos, empresários, funcionários, clientes, acionistas, autoridades governamentais, fornecedores e comunidade em geral, possamos colaborar com as exigências do mundo atual, dedicando especial atenção aos princípios e à ética nos negócios, às relações com os empregados, aos direitos humanos, à gestão ambiental, à relação com a comunidade e às condições gerais de trabalho, tanto dentro da empresa como na relação com a cadeia produtiva.

Sabemos que é curto o tempo que temos pela frente para restringir as mudanças climáticas e a pobreza, e que é necessário garantir cooperação e compromisso para este fim. Esta Carta engloba nossa visão, nossos valores e nosso compromisso mediante o desenvolvimento e fornecimento de produtos e serviços que possam trazer benefícios para toda a sociedade.

Nossa visão

Temos clareza de que o desenvolvimento dos negócios hoje deve pautar-se no respeito à integridade ecológica, na justiça social e econômica, na democracia, na não violência e na paz. Temos também conhecimento do dever de incentivar e garantir o desenvolvimento, a disseminação e a transferência das tecnologias favoráveis ao clima e ao bem-estar humano.

1. Ver <http://www.cartadaterrabrasil.org/prt/text.html>

Assim, nossa visão de futuro corresponde à mobilização do Setor de Tecnologia da Informação fluminense no exercício de suas atividades, pautados na ideia central de que a tecnologia esteja a serviço do homem, de seu bem-estar e da continuidade de todas as formas de vida e de que sejam desenvolvidas, buscando o desenvolvimento social e a construção da cidadania.

Nossos Valores

A atitude de um empresário ou profissional do setor deve ser pautada pelos mesmos valores, tanto na relação consigo mesmo, como na relação com o mercado, a sociedade e o Estado. A Responsabilidade Social concretiza-se por meio da adoção de atitudes, comportamentos e práticas positivas e construtivas, que contribuam para o bem comum e para elevar a qualidade de vida de todos. Assim, reconhecemos que nossos deveres individualmente e/ou em conjunto devam estar pautados em:

- ética
- respeito às diversas formas de vida
- honestidade
- justiça
- compromisso
- integridade
- lealdade
- solidariedade

Nosso Compromisso

Nós, os signatários da Carta de Compromisso das Empresas de Tecnologia da Informação do Estado do Rio de Janeiro com a Sustentabilidade, individual e/ou coletivamente, nos comprometemos a melhorar continuamente e a compartilhar as melhores práticas, por meio da adoção das seguintes posturas:

1. Atuação e formas de produção

Promover a discussão, sensibilização e disseminação das informações que possibilitem o contato e acesso ao conhecimento, instrumentos e ferramentas relevantes para o exercício da cidadania empresarial.

Reconhecer os impactos relevantes de nossa atuação e incorporar a responsabilidade social em nossa gestão, buscando também resultados sociais e ambientais.

Cooperar construtivamente com governos, acionistas, clientes e sociedade civil no desenvolvimento e na promoção dos benefícios gerados pela tecnologia para o desenvolvimento sustentável.

2. Com relação aos nossos trabalhadores

Respeitar as leis e os direitos humanos, promover a justiça social, a democracia e a não violência e, neste âmbito:

- respeitar aos direitos dos trabalhadores;
- não empregar ou apoiar o emprego de mão de obra infantil;
- não apoiar ou utilizar trabalho forçado;
- promover a diversidade e a equidade de raça e gênero;
- não discriminar em relação à classe social, nacionalidade, religião, orientação sexual, afiliação política, deficiência ou qualquer outro tipo de discriminação;
- garantir a todos os trabalhadores condições de trabalho adequadas em um ambiente seguro e saudável;
- promover a educação para a sustentabilidade e o desenvolvimento pessoal dos trabalhadores do setor;
- promover o equilíbrio entre trabalho, vida pessoal e vida em família;
- garantir a remuneração justa e o respeito às convenções coletivas;
- promover, sempre que possível, o mesmo tipo de relação com os trabalhadores em nossa cadeia produtiva.

3. Com relação ao meio ambiente

Implementar a gestão eficiente de recursos, de uso de energia, de resíduos, de redução das emissões, das exigências de processos e de produtos que respeitam o meio ambiente e eliminar o uso de materiais perigosos.

Cuidar para que estes procedimentos sejam observados e perseguidos, igualmente, na cadeia de abastecimento, transporte e distribuição.

4. Com relação ao desenvolvimento social

Trabalhar com padrões éticos nas relações com todas as partes interessadas e aproveitar todas as oportunidades para a colaboração com o desenvolvimento social, a igualdade, a cidadania e a paz. Apoiar ações sociais de interesse público.

5. Responsabilidade e transparência

Disponibilizar a todas as partes interessadas informações e exemplos de casos sobre a atuação ambiental, social e econômica do setor, considerando que a responsabilidade e a transparência são elementos-chave para a sustentabilidade. Manter com as partes interessadas relações de abordagem inclusiva, para refletir suas expectativas e necessidades nas atividades empresariais.

Rio de Janeiro, abril de 2010



INTRODUÇÃO

No ano de 2007 o Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas¹ (*Intergovernmental Panel of Climate Change/IPCC*), da ONU (Organização das Nações Unidas), composto por delegações de 130 governos, publicou um relatório que alarmou o mundo e foi discutido em todos os meios de comunicação e, como consequência, em nossa vida cotidiana.

O relatório previu que até o ano de 2100, como consequência da ação do homem, a temperatura da Terra aumentaria entre 1,8 e 4°C, provocando o derretimento das camadas polares e a elevação dos oceanos entre 18 e 58 centímetros. Entre as consequências destas mudanças, estariam o desaparecimento de ilhas, a ameaça à sobrevivência de um terço das espécies da terra, o surgimento de “refugiados ambientais” e um bilhão de pessoas no mundo sem acesso à água potável.

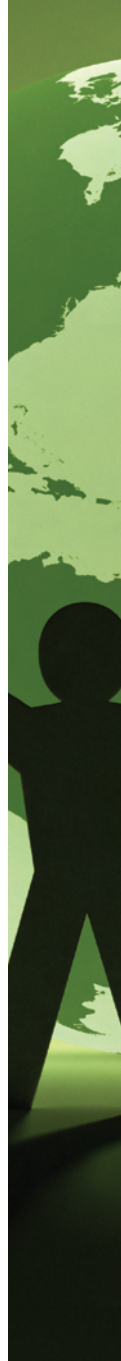
Nunca escutamos falar tanto em desenvolvimento sustentável, sustentabilidade e responsabilidade social como depois deste relatório. Mas porque estes temas ganharam tanta importância?

Existem inúmeras respostas a esta pergunta que tentaremos abordar ao longo desta publicação, mas, se é verdade que empresários se sensibilizam mais quando o argumento é econômico, vamos a ele!

No ano de 2006 foi publicado um relatório sobre os custos do aquecimento global que ficou mundialmente conhecido como Relatório Stern², em referência a Nicholas Stern, economista britânico do Banco Mundial.

Uma de suas principais conclusões é que com um investimento de apenas 1% do PIB – Produto Interno Bruto – mundial pode-se evitar a perda de 20% do mesmo PIB num prazo de simulação de cinquenta anos. Portanto, desde a perspectiva econômica, é necessário que as empresas colaborem com o desenvolvimento sustentável por meio da gestão responsável e da perseguição da sustentabilidade, pois os custos de não agir neste caminho, no médio prazo, são maiores que o de fazer algo no curto prazo.

E é neste âmbito que apresentamos esta publicação, contribuindo com o entendimento e a adoção da gestão responsável pelas empresas de informática no Estado do Rio de Janeiro.





Para um aprofundamento dos conhecimentos sobre aquecimento global e sustentabilidade, assista ao filme:

Uma verdade inconveniente

Lançado em fevereiro de 2006 no Festival *Sundance* e celebrado como uma obra *cult* no Festival de Cinema de Cannes, o filme *Uma verdade inconveniente* é protagonizado por Al Gore, vice-presidente do governo Clinton nos EUA, e constitui-se em uma advertência para a humanidade sobre a responsabilidade do homem nas mudanças climáticas.

Título original: *An Inconvenient Truth*

Gênero: Documentário

Tempo de duração: 100 minutos

Ano de lançamento (EUA): 2006

Direção: Davis Guggenheim



1. ENTENDENDO A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

O movimento de responsabilidade socioambiental é um movimento mundial. A gestão responsável é uma forma de gestão que se alinha ao desenvolvimento sustentável. As empresas adotam a responsabilidade social baseadas na premissa de que a insustentabilidade se refere ao sistema do qual elas dependem para sobreviver.

A relação entre desenvolvimento econômico, atividades produtivas e esgotamento de recursos fez surgir no Brasil, especialmente na última década, uma série de ações, departamentos, funções, ferramentas, normas e protocolos ligados à responsabilidade socioambiental, nas empresas. Estes temas estão hoje estruturados em disciplinas de graduação, extensão e pós-graduação e são de interesse de linhas de pesquisa nas universidades brasileiras.

A responsabilidade social é uma forma de gestão que persegue a sustentabilidade empresarial para que as empresas colaborem com o desenvolvimento sustentável.



Os conceitos de **desenvolvimento sustentável** e de **sustentabilidade** são comumente confundidos. São, porém, diferentes:

Sustentabilidade – refere-se à qualidade de processos produtivos que combina a busca pelo triplo resultado empresarial (econômico, ambiental e social). De uma maneira geral, o resultado ambiental corresponde a processos que empregam recursos a uma taxa de utilização inferior à taxa de reposição dos mesmos recursos, ou os processos progressivamente liberados de fontes de energia intensivas em carbono. O resultado social está baseado em processos não excludentes, se possível, inclusivos. Por último, o resultado econômico é explicado por fatores como escala de produção, participação no mercado, despadronização de bens etc. A sustentabilidade, portanto, é atributo de processos.

Desenvolvimento sustentável – “é aquele que atende às necessidades do presente, sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades”.³ É um conceito relativamente recente, apresentado no relatório “Nosso Futuro Comum”, pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU.



1.1. O que é Responsabilidade Empresarial?

Em linhas gerais, a responsabilidade social empresarial é uma forma de gestão alinhada com os problemas do planeta e suas formas de vida, tornando-se um meio para a transformação social. Esta forma de gestão colabora para a solução dos principais problemas contemporâneos:

- garantir a disponibilidade de recursos naturais para que sejam transformados em bens e serviços necessários à nossa vida;
- respeitar os limites da biosfera para assimilação de resíduos e da poluição;
- reduzir a pobreza.

Existem várias expressões para designar a atitude empresarial, no âmbito da gestão, que incorpora a perseguição de resultados sociais, ambientais e econômicos. Esta forma de gestão é conhecida como gestão responsável, mas também como *responsabilidade socioambiental* – RSA; *responsabilidade social* – RS; *responsabilidade social empresarial* – RSE; e *responsabilidade social corporativa* – RSC. Hoje, todas estas expressões são entendidas com um mesmo significado.

Vamos privilegiar aqui o conceito da ISO 26000 (*International Standardization Organization*), norma internacional de responsabilidade social. No entanto, devemos saber que tanto o conceito definido pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas – na formulação da norma brasileira de responsabilidade social,⁴ quanto o conceito definido pelo Instituto Ethos de Responsabilidade Social e Empresas,⁵ são convergentes e apontam para os aspectos que iremos abordar.



Instituto Ethos de Responsabilidade Social e Empresas – é uma organização não governamental (OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), criada em 1998 por empresários e executivos, com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável. O Ethos é um dos principais atores no assunto. Para saber mais sobre o Instituto, consulte o site: <http://www.ethos.org.br>

O conceito da ISO 26000 foi discutido e aprovado internacionalmente no ano de 2010, e a norma será um guia para a ação de boa parte das empresas no mundo. O conceito está assim definido:

“A característica essencial da responsabilidade social é o desejo da organização de incorporar considerações socioambientais em seus processos decisórios e se responsabilizar pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente. Isso implica um comportamento transparente e ético que contribua para o desenvolvimento sustentável, leve em conta os interesses das partes interessadas, esteja em conformidade com as leis aplicáveis e seja consistente com as normas internacionais de comportamento, que esteja integrado em toda a organização e seja praticado em suas relações.”⁶

O conceito reforça os seguintes aspectos:

- comportamento ético e transparente;
- relação com todas as partes interessadas;
- contribuição com o desenvolvimento sustentável.

Podemos observar que estes são três aspectos que ganham importância quando uma empresa deseja adotar a responsabilidade social. Vamos nos deter neles um pouco mais.

1.1.1. Comportamento ético e transparente

A atuação para a responsabilidade social é um processo contínuo em que se revisam os objetivos e as metas em diversos momentos, como na gestão “tradicional”. Busca-se a melhoria contínua com base na cooperação, na ética e na transparência e seu foco principal é a sustentabilidade (resultados econômicos, resultados ambientais e resultados sociais).

Estes resultados são alcançados por meio do diálogo com os representantes das partes interessadas, compreendendo suas necessidades e interesses e incorporando-os à gestão.

O conceito nos diz que a responsabilidade social não é um atributo intrínseco de empresas, mas da qualidade da relação que estabelece com as partes interessadas: relação ética e transparente.

A ética, no Dicionário Aurélio, é o “estudo dos juízos de apreciação referente à conduta humana suscetível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal”.⁷ Então, podemos dizer que a gestão responsável é a gestão pelo bem comum.

A transparência na gestão responsável compreende dar visibilidade à sustentabilidade empresarial, ou seja, visibilizar, com igual importância, os resultados econômicos, ambientais e sociais. Para este fim, comumente as empresas utilizam-se dos Balanços Sociais, assunto do capítulo 3.

Comportamento ético e transparente compreende a gestão empresarial pelo bem comum e a comunicação dos aspectos que asseguram esta forma de gestão a todos os interessados.

1.1.2. Relação com todas as partes interessadas

A relação com todas as partes interessadas tende a facilitar, na empresa, a compreensão dos interesses dos *stakeholders* ou do que estes consideram como impactos negativos provocados pelas organizações. Desta maneira, entende-se que seja possível que a gestão persiga resultados comuns: bons para a empresa e para as partes interessadas.



Partes interessadas ou *stakeholders* – segundo a norma brasileira de responsabilidade social, partes interessadas ou *stakeholders* são qualquer pessoa ou grupo que tem interesse ou possa ser afetado pelas ações de uma organização. Relacionando-se com estas pessoas ou grupos, a empresa poderá considerar suas expectativas e melhorar, desta forma, o processo de gestão.

O conceito de gestão responsável compreende que é nesta relação que a organização poderá identificar quais os aspectos de sua gestão devem ser melhorados.

A gestão dita tradicional também leva em conta as considerações de partes interessadas. O que mudou na gestão responsável foi que se ampliou o entendimento de parte interessada. No paradigma do desenvolvimento econômico (gestão para resultados econômicos), as partes interessadas são definidas segundo a lógica do negócio, ou seja, identificando os atores que mais fortemente impactam (ou podem impactar) o empreendimento: empregados, acionistas, clientes, fornecedores, concorrentes e governo. Já no paradigma do desenvolvimento sustentável (gestão para resultados econômicos, sociais e ambientais), amplia-se a compreensão de partes interessadas considerando as que são impactadas (ou podem ser) pelas atividades produtivas: meio ambiente, comunidades e gerações futuras, como na Figura 1.1.

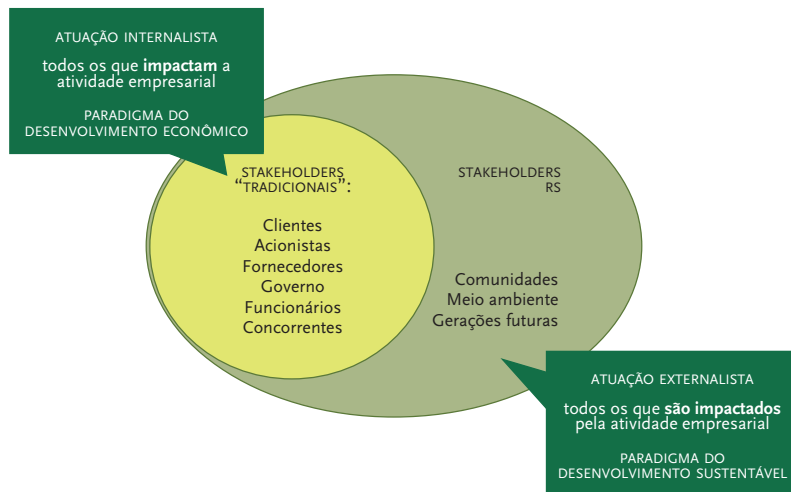


Figura 1.1: Partes interessadas ou *stakeholders*: da gestão tradicional à gestão responsável.

Fonte: elaboração própria, 2010.

Com relação a estes “novos” *stakeholders*, a empresa efetua a gestão de suas expectativas e decide como elas serão incorporadas à gestão empresarial e sustentadas ao longo do tempo.⁸ Esse fato, que não resume este tipo de gestão a uma mera questão de comando e controle, exige uma percepção acurada dos valores, dos direitos e dos deveres envolvidos para a tomada de decisão, colocando para a administração empresarial uma série de novos desafios como controlar recursos críticos e acomodar demandas distintas que as partes interessadas esperam que sejam atendidas.

As diversas demandas das partes interessadas impõem condições de negociação complexas, pois os *stakeholders* podem ter visões diferentes das que têm os gestores das empresas e seus colaboradores, que vivem o dia a dia da organização. Assim, os interesses das partes interessadas podem ser diferentes ou mesmo estar em confronto com os interesses da organização. E quais poderiam ser esses diferentes interesses?

a) Interesses dos empregados

A criatividade dos empregados é valorizada pelas empresas como um fermento para o alcance dos lucros. Os empregados têm interesse que as empresas forneçam um ambiente de trabalho saudável, paguem bons salários, tenham políticas de benefícios e garantam seus empregos. Esperam também que não haja discriminação de qualquer tipo e que seus sindicatos possam ter liberdade de atuação e negociação.

b) Interesses dos acionistas e/ou sócios e empreendedores

O foco dos acionistas ou empresários é o lucro. A rentabilidade, a produtividade, as vendas e a questão fiscal são aspectos inerentes aos interesses desses atores sociais.

c) Interesses das comunidades

As comunidades podem estar interessadas em benefícios locais como empregos e desenvolvimento. Estão interessadas ainda em ter acesso à empresa quando necessitarem dialogar. É esperado que as empresas possuam canais de diálogo sistemáticos com as comunidades e possam acolher os interesses dessas comunidades e minimizar seus impactos.

d) Interesses dos clientes

A percepção dos clientes sobre uma empresa ou produto é um pilar que transforma os tradicionais padrões de atuação das empresas. Valores ligados à marca de um produto são os mais evidentes para retratar seu posicionamento. O interesse básico dos clientes é por produtos e serviços com boa qualidade e preço justo. Um bom atendimento e uma boa política de comunicação comercial, ajustada em conjunto com fornecedores, distribuidores, assistência técnica e representantes de consumidores, são esperados.

e) Interesses dos fornecedores

Estes atores têm um posicionamento delicado, pois no processo de reestruturação produtiva, a terceirização, de certa forma, dissimula o escopo de suas ações. Existem muitos casos na literatura nos quais as empresas desconsideraram esta relação; são notórios os de mão de obra infantil, escrava ou sob condições indignas de trabalho. É esperado das empresas que tenham critérios

para seleção e avaliação de fornecedores, sobretudo no cumprimento às exigências trabalhista, previdenciária e fiscal.

f) Interesses dos concorrentes

É esperado que as empresas tenham um comportamento ético com relação à concorrência. Neste aspecto, necessitam discutir esta postura com funcionários, clientes e fornecedores. É esperado o combate à corrupção, à formação de trustes e cartéis, a fraudes em licitações, à pirataria e a irregularidades.

g) Interesses dos governos

Além do compromisso com a cidadania e as leis, é esperado que as empresas apoiem as políticas públicas em sua atuação social, dialoguem com os governos na procura de soluções para problemas de interesse público e combatam a corrupção.

h) Interesses do meio ambiente

O impacto que a atuação das empresas provoca no meio ambiente deve ser considerado, sobretudo quanto às **externalidades**. O grande desenvolvimento tecnocientífico, se por um lado melhorou a qualidade de vida de populações, por outro sobrecarregou os sistemas naturais; estes são apropriados de forma progressiva e destrutiva. As empresas devem responder aos interesses do meio ambiente por meio de seus programas de responsabilidade socioambiental.



Externalidades – subprodutos de processos produtivos cujos benefícios (quando positivos), ou malefícios (quando negativos), são apropriados também por quem não consumiu ou produziu os bens ou os serviços. Há bens com a propriedade de permitir que os benefícios por eles proporcionados sejam desfrutados também por quem não os consumiu, como a vacina contra uma doença transmissível, tomada por uma criança, a qual beneficia também a outra criança que não a tomou. Exemplo de externalidade negativa é o caso de uma empresa que lança em um rio os resíduos não tratados, resultantes do seu processo produtivo.

i) Interesses das gerações futuras

Este é um ator de difícil identificação. A interlocução com as gerações futuras está associada ao conceito de desenvolvimento sustentável, permitindo que as próximas gerações tenham con-

dições dignas de vida e que as ações da geração presente as conservem. Isto implica no compromisso com melhorias na questão ambiental e o adequado gerenciamento de impactos. A geração presente pode, por exemplo, afetar de modo profundamente negativo e irreversível as condições de vida de gerações futuras. Mas a recíproca não é verdadeira.

1.1.3. Contribuição com o desenvolvimento sustentável

O desenvolvimento sustentável é um conceito relativamente recente, apresentado no relatório “Nosso Futuro Comum”, em 1987, pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU. O conceito é representado pelo seguinte parágrafo:

“o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente, sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades.”⁹

O texto completo, no entanto, aponta que o desenvolvimento sustentável está associado ao entendimento de que é necessário:

- aceitar que, nos países subdesenvolvidos, as necessidades básicas de grande número de pessoas não estão sendo atendidas, e que estas pessoas aspiram legitimamente a uma qualidade de vida melhor;
- aceitar que as necessidades são determinadas social e culturalmente, ou seja, são construídas pelos padrões de consumo e por costumes vigentes nos vários países, e não por motivos naturais;
- promover valores que mantenham os padrões de consumo dentro dos limites das possibilidades ecológicas a que todos podem aspirar, de modo razoável;
- aceitar que o desenvolvimento sustentável é incompatível com a crença desenfreada nas possibilidades da tecnologia;
- aceitar que desenvolvimento sustentável é incompatível com a exposição dos sistemas naturais ao risco.

Tanto o conceito de sustentabilidade quanto o de desenvolvimento sustentável apontam e ressaltam o conflito distributivo, a necessidade de revisão dos padrões de consumo para o **consumo consciente**, e que o desenvolvimento não é um acaso natural, mas o resultado de empenho político.



Consumo Consciente – é a adoção de padrões de consumo que sejam condizentes com a capacidade de renovação dos recursos naturais do planeta. Expressa-se na atitude do cidadão de levar esta capacidade em conta ao exercer seu poder de compra.

Para saber mais sobre consumo consciente, visite o site do Instituto Akatu:

<http://www.akatu.org.br/>

A incorporação do conceito de gestão responsável pelas empresas requer a adequação dos processos empresariais para o crescimento em harmonia com o planeta e as formas de vida que nele habitam.

Isto implica em estabelecer limites para a atuação empresarial em relação às possíveis consequências negativas das decisões para os outros seres vivos (humanos, não humanos e natureza). Acredita-se, assim, conduzir a uma sociedade capaz de proporcionar e reproduzir qualidade de vida de modo equânime, e garantir a sustentabilidade dos negócios, uma vez que assegure o próprio ambiente no qual as empresas se desenvolvem.



Sobre desenvolvimento sustentável e sustentabilidade empresarial, sugerimos a leitura:

Experiências Empresariais em Sustentabilidade: avanços, dificuldades e motivações de gestores e empresas.

Fernando Almeida. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009, 228 p.



Para conhecer mais sobre o **Histórico do movimento de RSE**, visite:

www.seprorj.org.br – Responsabilidade Social



2. IDEIAS PARA O DESENVOLVIMENTO DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

Aqui apresentaremos algumas ideias para as empresas que desejem iniciar a adoção de responsabilidade social. Como vimos no capítulo anterior, apesar das ferramentas de gestão, não há uma fórmula ou um modelo pronto que possa fazer a empresa caminhar neste sentido, pois as empresas são diferentes em porte, área de atuação e cultura.

Assim, estas ideias são apresentadas para que cada empresa, dentro de suas possibilidades e cultura, tentem inspirar-se para adaptá-las aos seus interesses e realidade, lembrando que, quanto mais próximas estas ideias estiverem da cultura empresarial, mais fácil se tornará transformá-las em ações contínuas.

2.1. Vetores e benefícios da responsabilidade social

Uma série de argumentos é utilizada para justificar a necessidade de adoção da responsabilidade social. Um deles é o de que o capital precisa de limites, pois a racionalidade hegemônica permite sua expansão a custos muito altos para as pessoas, para as formas de vida e para o meio ambiente, comprometendo nossa qualidade de vida.



Vetores que devem ser perseguidos pelas empresas para assegurar a gestão responsável:¹⁰

- garantir a satisfação de clientes e consumidores;
- dar retorno a acionistas ou sócios das empresas;
- garantir o bem-estar dos funcionários e dependentes e um ambiente de trabalho agradável;
- promover comunicações transparentes;
- assegurar sinergia com parceiros;
- preservar o meio ambiente;
- apoiar o desenvolvimento da comunidade onde atua.

A perseguição da gestão responsável assegura uma empresa correta, que projeta boa imagem no mercado, necessária não só para atrair clientes, como também para atrair – e manter – talen-



tos e investimentos. E também os resultados sociais e ambientais que colaboram com o desenvolvimento sustentável. Os principais argumentos, no entanto, estão focados nos benefícios obtidos pelas empresas ao adotar este tipo de gestão.

Pelo o que leu até aqui, você seria capaz de relacionar algum argumento que justifique a adoção da responsabilidade social?

De uma maneira geral, os argumentos apontam para um modelo de desenvolvimento mais harmônico com relação à vida, com redução dos problemas ecológicos e sociais que afetam o desenvolvimento da economia. Mas apontam ainda para a criação de novos negócios e novos mercados, pautados na sustentabilidade, que estimulam a inovação, gerando condições de trabalho mais satisfatórias, capazes de atrair e manter talentos e investidores, e capaz de proporcionar maior acesso ao crédito e alta de ações nas bolsas de valores.

Estas condições proporcionam às empresas ganhos de imagem e capacidade de adaptação às mudanças por meio do gerenciamento de riscos que a relação com os *stakeholders* é capaz de promover.



Para aprofundar conhecimentos sobre os principais argumentos a favor da adoção da responsabilidade social, visite:

www.seprorj.org.br – Responsabilidade Social

2.2. Ideias iniciais para a adoção da responsabilidade empresarial

Uma atuação empresarial voltada para a responsabilidade social pressupõe abertura permanente e constante de canais de diálogo e de comunicação. Nas empresas de maior porte, a gestão responsável está se estruturando em departamentos (em muitas empresas, dentro da função organizacional de comunicação e, em outras, como atribuição dos recursos humanos), mas, nas pequenas empresas, são os próprios gestores ou empreendedores os responsáveis pela adoção desta cultura.

Para iniciar este processo, sugerimos algumas ideias para as empresas que procuram formas de integrar a responsabilidade social à cultura de suas atividades. Estas ideias poderão ser adaptadas à realidade de cada empresa, com o objetivo de torná-la respeitada também por seus valores socioambientais e transparência.

2.2.1. Por onde começar?

Em um primeiro momento, sugerimos uma reflexão sobre as ideias iniciais de maneira a analisar se a empresa já adota esta perspectiva. Em caso positivo, talvez já seja o momento de estruturá-las por meio de um planejamento de gestão responsável e pela adoção de ferramentas específicas para este fim como as apresentadas no capítulo 3. Caso contrário, esperamos já ter colaborado com os argumentos que faltavam para iniciar a adoção da gestão responsável. E agora, o caminho:

Visão, missão e valores, crie e compartilhe

O “primeiro passo” para uma organização adotar e praticar a responsabilidade social é definir visão, missão e valores. Tanto a visão como a missão são formulações utilizadas pelas empresas para transformar sua ideologia e valores em base de sua conduta.

Definir a visão compreende dar foco à atuação, com base numa situação projetada para o futuro que a empresa deseja alcançar. Todo o planejamento empresarial tem por objetivo a perseguição desta visão, ou seja, as etapas que deve cumprir para tornar esta “projeção” uma realidade.

A visão pode ser definida como uma percepção que as empresas têm do mercado e as formas pelas quais podem satisfazê-la; a visão ajuda a empresa a unir-se em torno de valores comuns que possibilitam direcioná-la para o aproveitamento de uma oportunidade, com vantagem competitiva.¹¹

A missão de uma empresa, por sua vez, compreende uma explicação por escrito das intenções e aspirações da organização.¹² Esta declaração esclarece o propósito de atuação da empresa, o escopo de operações, os mercados onde atua e atuará e sua posição em relação a concorrência.

Há caso de empresas de grande porte nas quais tais definições são elaboradas em diálogo com os *stakeholders* em encontros periódicos para este fim. Isto antecipa a necessidade de transparência para os públicos.

A definição de valores compreende os princípios pelos quais as empresas se orientam para operar e devem ser formulados de maneira que não mudem para reagir a efeitos externos. Devem ser compartilhados, tanto interna quanto externamente, e servir de parâmetro para a solução de dilemas. As empresas devem sempre motivar que valores e ética sejam temas discutidos no ambiente de trabalho.

Apresentamos, agora, algumas sugestões sobre como orientar os relacionamentos das empresas.

2.2.2. Relações com a comunidade

As empresas devem se envolver com as comunidades onde atuam ou que são impactadas por seus negócios. Se a empresa estiver localizada próxima a comunidades carentes, deve-se procurar estabelecer parcerias que favoreçam o desenvolvimento destas comunidades. Algumas sugestões seguem, abaixo:

- Priorizar o recrutamento de mão de obra na comunidade, possibilitando seu desenvolvimento pessoal e profissional e melhorando sua condição de empregabilidade.
- Abrir a empresa à visita de estudantes das escolas públicas para que conheçam suas atividades.
- Oferecer funcionários (que voluntariamente desejem) para ajudar na solução de problemas locais em escolas, ONGs ou associações comunitárias.
- Mapear as instituições locais nas quais seus colaboradores possam oferecer algum tipo de ajuda e disponibilizar esta informação, estimulando o voluntariado. Tenha atenção para não “exigir” que o funcionário pratique ações voluntárias e, de preferência, libere o funcionário por um período que não prejudique seu desempenho, dentro de seu horário de trabalho e, se possível, ofereça outros recursos para ajudar as ações. É indicado ainda que se reconheça o esforço dos funcionários nas ações voluntárias.
- Ao mapear as instituições e organizações comunitárias no entorno da empresa será possível identificar algum projeto com o qual a cultura da empresa se alinhe. Pode-se adotar este projeto, focando ações, esforços e apoio nesta direção. Se estas ações derem certo, elas podem ser incentivadas e expandidas para a cadeia produtiva, mobilizando também fornecedores, clientes e/ou outras empresas parceiras.
- Proporcionar que as compras da empresa sejam realizadas na própria comunidade, possibilitando a geração de renda para a população local e estimulando os funcionários para que façam o mesmo.
- As empresas de informática podem ter uma série de contribuições interessantes a fazer nestas comunidades como, por exemplo, a transmissão de conhecimentos de informática, a manutenção de equipamentos e redes, a doação de *software* ou equipamentos que possam ajudá-los no desempenho de suas atividades.

2.2.3. Relações com funcionários

A questão fundamental aqui é o respeito aos direitos. Todas as oportunidades para melhorar e acompanhar o cumprimento das regras da relação empresa-funcionários devem ser aproveitadas. Quase todas as ações recomendadas decorrem desta preocupação, como as que relacionamos abaixo:

- Respeitar os direitos humanos e trabalhistas, discuti-los e compartilhá-los, para que cada funcionário saiba como a empresa trata essas questões. É importante também que se estimulem os funcionários a colaborar com estas ideias, motivando sua participação.
- Esta conduta pode ser ampliada para fornecedores e clientes. Novos fornecedores, depois da ideia amadurecida, devem ser escolhidos pelos mesmos critérios e padrões que a empresa adote.
- O assédio moral não deve ser permitido e, para isso, estabelecem-se diretrizes, realizam-se palestras e treinamentos. Estabeleça regras claras para o encaminhamento de reclamações relativas ao assédio.
- A diversidade deve ser promovida, aceitando e valorizando a formação do quadro de mão de obra a despeito de credo, raça e gênero, e cuidando para que a empresa represente a realidade da população brasileira em seus quadros.
- Promover o desenvolvimento dos colaboradores para que avancem em seus estudos e em aperfeiçoamento profissional. Sempre que possível os funcionários devem ser incentivados a participar da vida da empresa e serem recompensados por isso com planos de carreira, benefícios, estímulo à ascensão profissional.
- Manter uma relação transparente com funcionários, dando-lhe ciência de seu desempenho financeiro. Neste âmbito, quando a demissão for necessária, faça-a com dignidade, ou seja, não demita de surpresa e preocupe-se em recomendar e abrir possibilidades para que encontre uma outra posição.
- Possibilitar o equilíbrio entre a vida profissional e a vida familiar, sendo flexível em relação às necessidades dos empregados. São práticas recomendadas: a extensão de benefícios às famílias, como os planos de saúde; o oferecimento de ajuda na solução de problemas; práticas saudáveis em relação às grávidas e mães, e a preocupação com a educação dos filhos dos colaboradores.

2.2.4. Respeito ao meio ambiente

O setor de informática lida, direta ou indiretamente, com a produção e descarte de equipamentos. Entendemos que este setor pode fazer a diferença no desenvolvimento socioambiental:

- Estabelecer princípios ambientalistas, elaborados claramente, compartilhados com as partes interessadas e que sirvam de vetor para a motivação dos funcionários e da cadeia produtiva.
- As compras das empresas podem ser norteadas por princípios ecológicos, priorizando produtos reciclados e recicláveis e o descarte correto.
- Promover a redução do uso de papel, energia e água.
- Doar equipamentos e produtos não utilizados pela empresa para instituições da comunidade onde sejam necessários e úteis.
- Utilizar veículos que economizem combustível e dar preferência a combustíveis não derivados do petróleo, nos casos de frota própria ou contratada.
- Utilizar equipamentos que gastem pouca energia e influenciar clientes e fornecedores ao mesmo tipo de preocupação e, sempre que possível, colaborar com eles na escolha e compra de produtos e equipamentos corretos.
- Descartar corretamente equipamentos e periféricos próprios e de clientes.

2.2.5. Respeito a mercados e a clientes

Possivelmente, sua empresa já adota algumas atitudes neste sentido, pois são importantes nos seus resultados comerciais e financeiros. No entanto, via de regra, há alguns cuidados a serem empreendidos quando se adota a gestão responsável, como os citados abaixo:

- Respeitar o Código de Defesa do Consumidor e a privacidade dos clientes.
- Elaborar contratos claros, onde clientes tenham plena ciência de limites e atribuições de ambas as partes.
- Promover o uso adequado dos produtos e serviços, garantindo que todas as informações importantes sejam disponibilizadas.
- Trabalhar o marketing associado a causas, como, por exemplo, o texto, comum em e-mails, sugerindo a impressão somente do que for necessário.



Para aprofundar o conhecimento de ideias que possam ser implantadas pelas empresas que buscam iniciar a responsabilidade social, sugerimos a leitura do documento:

Manual de Incorporação de Critérios de Responsabilidade Social Empresarial. Instituto Ethos, 2009, 59 p.

Endereço para *download*:

http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/o-A-73dMICE_web.pdf

Se sua empresa não se preocupava até o momento com os aspectos aqui relacionados, ela pode se inspirar nestas ideias e, com a colaboração dos funcionários, começar a introdução de algumas. Porém, se já trabalha alinhada às questões propostas, talvez seja o momento de fazer a gestão da responsabilidade social. Para isto, o próximo capítulo irá ajudá-lo.



Para entender melhor os desafios da gestão responsável, visite:

www.seprorj.org.br – Responsabilidade Social



3. FERRAMENTAS BÁSICAS PARA A GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

A RS faz-se pelo diálogo. A relação/diálogo deve ser o meio de escuta que a empresa utiliza para entender os impactos que provoca, pois este entendimento ajudará a gerenciar formas de continuar atuando sem prejudicar o planeta e suas populações. Uma das ferramentas recomendadas para este fim é a norma AA 1000¹³, que pode contribuir para a melhoria contínua dos processos, assegurando a qualidade e confiabilidade de relatórios, contabilidade e auditoria, e o gerenciamento e comunicação da responsabilidade social empresarial e do desempenho social e ético da organização.

É um guia de melhores práticas para prestação de contas das empresas com as partes interessadas desenvolvido pelo ISEA (*Institute of Social and Ethical Accountability*). Sua lógica pode ser utilizada para preceder muitas ferramentas de RS, inclusive as que vamos apresentar neste capítulo.

A aplicabilidade da norma se dá, sobretudo, na definição do ciclo PDCA (*Plan, Do, Check e Act*) para sua implementação, como na Figura 3.1:

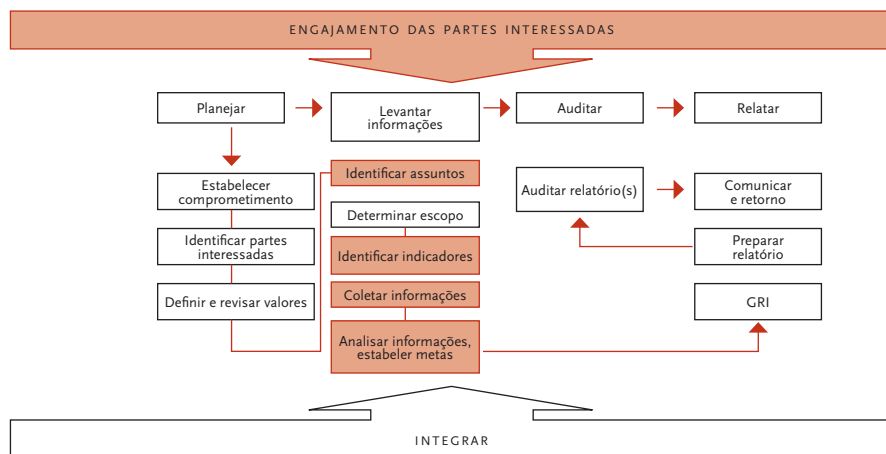


Figura 3.1: PDCA do engajamento com as partes interessadas.

Fonte: AccountAbility (1999).

Cada etapa é apresentada de forma alinhada com o ciclo PDCA e com suas atividades principais e, como corolário, cada giro do ciclo PDCA projeta o processo de engajamento com as partes interessadas para um estágio superior, no que se convencionou chamar de princípio de melhoria contínua.

PDCA – Plan, Do, Check, Act – é um método de gerenciamento de processos, largamente utilizado na gestão da qualidade. Consiste na proposição de um ciclo projetado para ser usado de modo dinâmico, em sucessivas reimplantações, cada uma compondo um “giro” capaz de permitir que as informações obtidas no primeiro giro possam servir de base de análise para este e de base para tomadas de decisão em relação à alimentação de um novo giro, e assim sucessivamente. É representado pela Figura 3.2:

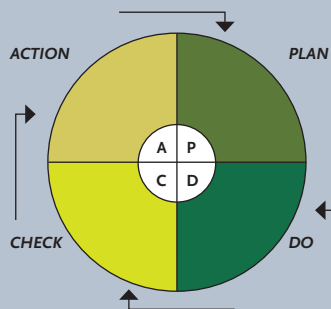


Figura 3.2: Representação do Ciclo PDCA.
Fonte: adaptação de CAMPOS, V.F. (1994).¹⁴

O resumo de procedimentos da norma AA 1000 sugere também a influência que a teoria da qualidade exerce sobre as práticas de gestão da responsabilidade social, interferindo sobre a síntese das dimensões objetivas da qualidade – a conformidade – e sobre a síntese das dimensões subjetivas da qualidade – a reputação.

Quanto às ferramentas que vamos apresentar a seguir, é necessário, para escolhê-las, que reflitam sobre os objetivos de suas empresas, e escolham a que melhor se alinhe a eles. As ferramentas de gestão são um estágio mais avançado da cultura empresarial responsável e facilitam tanto o estabelecimento quanto o alcance de objetivos, sendo o Balanço e os Indicadores, ao mesmo tempo, também ferramentas de diagnóstico. Nos dois casos, é recomendado que a em-

presa forme um grupo com representantes das partes interessadas para dar encaminhamento à utilização das ferramentas, garantindo assim a participação e a transparência.

3.1. Balanço Social Modelo IBASE

Uma boa ferramenta foi criada pelo **IBASE**: o balanço social modelo IBASE. O modelo é simples e objetivo, apenas uma página, e pode apontar para a empresa que o adota uma série de fraquezas que podem servir de guia para melhoria.



O IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas –, é uma organização não governamental (ONG), criada em 1981. Entre seus fundadores está o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho. Sua missão é aprofundar a democracia, seguindo os princípios de igualdade, liberdade, participação cidadã, diversidade e solidariedade.

Para conhecer o IBASE, visite seu site no endereço:

<http://www.ibase.br/>

Sua grande colaboração para a temática da responsabilidade social brasileira é a simplicidade de sua proposta.

Há modelos diferentes para diferentes tipos de organização: empresas, micro e pequenas empresas, cooperativas, instituições de ensino e organizações sociais. Aqui iremos apresentar o modelo de micro e pequenas empresas (segundo o SEBRAE, empresas que ocupam, respectivamente até 9 pessoas e entre 10 e 49 pessoas).



Se, no entanto, seu interesse for pelo Balanço Social para empresas de médio e grande porte, sugerimos o *download* desta versão no site do Balanço Social, de onde se pode acessar também o para MPES no formato para preenchimento:

<http://www.balancosocial.org.br>

O balanço é uma publicação que reúne e dá transparência a um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa em promoção humana, social e ambiental, dirigida a seus empregados e à comunidade onde está inserida e é inspirado no formato de balanço financeiro.

Para que o balanço social exerça seu papel de instrumento de gestão empresarial, é preciso que, por meio dele, seja possível medir e julgar os fatos sociais vinculados à empresa, tanto no seu interior (empresa/funcionários), como à sua volta (empresa/comunidade).



Estrutura do balanço social modelo IBASE para MPEs – a estrutura deste balanço social é constituída por sete campos:

1 – **Identificação** – corresponde à identificação da empresa, atividade que exerce e a opção pelo regime de arrecadação de tributos.

2 – **Indicadores econômicos** – constituído de três elementos: faturamento bruto anual; total de impostos e contribuições; e folha de pagamento e encargos sociais.

3 – **Indicadores sociais internos** – correspondem aos dispêndios da organização em investimentos sociais para funcionários. Dele constam os dispêndios com alimentação, saúde, segurança, educação formal, capacitação e desenvolvimento profissional, creche ou auxílio e outros em que a empresa tenha investido.

4 – **Indicadores sociais externos** – referem-se aos dispêndios da organização com a comunidade e a cidadania como gastos com doações, voluntariado, cultura, educação e outros.

5 – **Indicadores do corpo funcional** – informações sobre a caracterização dos colaboradores da empresa, incluindo o número de empregados por gênero, raça e idade, o número de admissões etc.

6 – **Informações sobre o exercício da cidadania empresarial** – correspondem às informações sobre a relação entre a maior e a menor remuneração da empresa, número de acidentes de trabalho e um conjunto de outras informações relativas à conduta da empresa na cidadania empresarial.

7 – **Outras informações** – a critério da empresa, é o campo que permite a descrição de outras ações por ela empreendidas.

Para utilizá-lo como um instrumento de gestão, sugerimos que seja preenchido anualmente e compartilhado com todas as partes interessadas. O ideal é que a empresa monte um grupo, uma comissão, que possa estar à frente do processo de discussão e de preenchimento do balanço. Outra sugestão é que ele seja instrumento de melhoria contínua, como no PDCA. Assim, o modelo de um ano serve de base para um planejamento de metas de melhoria do ano seguinte e avaliação do ano anterior e assim sucessivamente.

No entanto, se a empresa não se sente segura para iniciar a adoção do balanço da forma recomendada, é possível seu preenchimento, em um primeiro momento, somente pelos líderes, sócios ou gestores, pois em um primeiro preenchimento a empresa pode não se sentir à vontade para dar transparência aos resultados. Se este for o caso, use estes resultados como instrumento

para a melhoria, traçando planos para divulgá-lo ou encaminhá-lo de forma participativa somente no ano subsequente.

3.2. Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial

Os indicadores são uma ferramenta criada pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social em 2000 e revisada anualmente, para autoavaliação e autodiagnóstico.

Há modelos específicos para setores e para as micro e pequenas empresas, este desenvolvido em parceria com o SEBRAE, publicado pela primeira vez em 2007. Para esta publicação trabalharemos com os indicadores Ethos/SEBRAE para micro e pequenas empresas. Esta versão tem, no site do Ethos, o questionário para preenchimento *on-line* para associados ao Instituto, garantida a sua confidencialidade.



Para ter a versão completa dos indicadores para empresas, setores e micro e pequenas empresas, faça *download* no site do Instituto Ethos:
http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/download/

A estrutura da ferramenta é organizada em sete temas, alinhados às partes interessadas, ou *stakeholders*, a saber:

- (1) Valores, transparência e governança;
- (2) Público interno;
- (3) Meio ambiente;
- (4) Fornecedores;
- (5) Consumidores e Clientes;
- (6) Comunidade;
- (7) Governo e Sociedade.

Esses temas são desenvolvidos em 36 indicadores, cada um deles composto por uma pergunta chave que propõe uma reflexão acerca do estágio em que a empresa se encontra em relação aquele indicador.

A estrutura dos indicadores Ethos:

A cada pergunta chave dos indicadores, correspondem cinco possíveis respostas, “não”, “em parte”, “em grande parte”, “sim” e “não vemos aplicação disso em nossa empresa”.

Para cada indicador há ainda um jogo de perguntas binárias, com respostas “sim” e “não”. Estas perguntas correspondem à compreensão de quais práticas devem ser adotadas pela empresa em relação àquele indicador.



Em alguns dos indicadores, as perguntas binárias são seguidas de perguntas quantitativas que se colocam como uma métrica para o monitoramento da evolução da atitude empresarial em relação à pergunta chave.

Para cada indicador há ainda um espaço de planejamento, onde é possível, em diálogo com as partes interessadas (do grupo montado para a realização), planejar as ações que devem ser empreendidas para melhorar o desempenho empresarial. Este espaço de planejamento indica quais ações devem ser tomadas e em que tempo: “imediatamente”, “após algum planejamento”, “após obter informações” ou “não neste momento”.

A empresa que tenha interesse em adotar esta prática e seja associada ao Instituto pode preenchê-la *on-line* e enviá-la ao Ethos, que irá processá-la. Após o processamento, o Ethos atribui uma pontuação à empresa – Relatório de Diagnóstico – e informa seu resultado, em comparação com os dez melhores resultados obtidos pela ferramenta, de maneira confidencial, ou seja, nenhuma das empresas (a avaliada no momento ou as dez “mais”) são identificadas.

Uma outra ação do Ethos bastante interessante foi implementada em 2007 e permite que, com a autorização das empresas, seja possível acessar também os indicadores de fornecedores e clientes, facilitando a gestão da responsabilidade na cadeia produtiva.



Banco de práticas – o banco de práticas do Instituto Ethos é uma catalogação de casos de responsabilidade social de seus associados. Dividido em três categorias – *Benchmarking*, Caso concreto e Atitude – divulga as experiências de empresas cujas práticas se destacaram nos indicadores.

Site: http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/banco_praticas/default.htm



SÍNTESE

A empresa é um agente da sociedade. Sua criação tem a finalidade de satisfazer necessidades sociais. A sociedade concorda com a criação de empresas porque as considera benéficas ao corpo social. Esse é o fundamento moral da existência de organizações econômicas. As organizações econômicas são autorizadas a funcionar pela sociedade e operam sob formas permitidas pela sociedade.

O conceito de “licença para operar”, concedida para uma empresa realizar todos os seus subprocessos, inclusive os mais nocivos, como os poluentes ou os que contribuem para o aquecimento global, é conferida por seu “mandato” que a permite lançar resíduos em um curso d’água (externalidade negativa) ou investir em um projeto comunitário de educação (externalidade positiva). É neste âmbito que se entende o diálogo/relação com sumária importância na gestão responsável. Por isso, não se pode prescindir de uma reflexão sobre o significado ético da produção. O debate é necessário, pois, caso contrário, aprova-se qualquer tipo de processo produtivo ou qualquer produto final.

As empresas, produzindo através de processos rentáveis, mais limpos e não excludentes – e portanto sustentáveis –, deslocam a abordagem tradicional das externalidades dos bens para os processos, revelando o potencial transformador da responsabilidade social.

O diálogo com as partes interessadas traz a potencialidade da correta atuação e da mudança nas políticas e decisões empresariais. Com estas mudanças as empresas ganham confiança e reputação, aspectos hoje de grande importância para diferenciá-las no mercado cada vez mais competitivo.

As ferramentas de gestão responsável são um importante passo para que uma empresa se adeque a um novo mercado e assegure sua perenidade.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. IPCC – INTERGOVERNMENTAL PANEL OF CLIMATE CHANGE. *Câmbio Climático 2007: Informe de Síntesis*. 2007. Disponível em http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar4/syr/ar4_syr_sp.pdf. Consultado em março de 2010.
2. STERN, Nicholas. *Relatório Stern*. 2006. Disponível em <http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/content/relatorio-stern-o>. Consultado em abril de 2010.
3. BRUNDTLAND, G. *Nosso Futuro Comum: em busca do desenvolvimento sustentável*. Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento Rio de Janeiro, Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1988, 430p, p. 46-71.
4. ABNT – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. *Responsabilidade social – Sistema de gestão – Requisitos*. Rio de Janeiro: ABNT, 2004, p. 3.
5. ETHOS – INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. *O que é RSE*. Disponível em http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse.aspx. Consultado em abril de 2010.
6. ISO – INTERNATIONAL STANDARDIZATION ORGANIZATION. Minuta de Norma Internacional ISO/DIS 26000. Diretrizes sobre responsabilidade social. Versão de 19/10/2009, p. 20.
7. FERREIRA, A.B. de H. *Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999, p. 848, 1754p.
8. KARKOTLI, G.R. *Responsabilidade social: uma estratégia empreendedora*. 2004. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004, p. 53.
9. BRUNDTLAND, G. op cit., p. 46.
10. MELO NETO E FRÖES. *Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999, p. 78, 169p.
11. SERRA, F.A.R.; TORRES, M.C.S. & TORRES, A.P. *Administração estratégica: conceitos, roteiro prático e casos*. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2003, p. 41, 178p.
12. Ibid., p. 48.
13. ACCOUNTABILITY – 1000, 1999. Disponível em www.accountability.org.uk. Consultado em junho de 2007.
14. CAMPOS, V.F. *Gerenciamento da Rotina do Trabalho do Dia a Dia*. Belo Horizonte, Fundação Christiano Ottoni Escola de Engenharia da UFMG. Rio de Janeiro: Bloch, 1994.



Para ter acesso a uma lista de filmes e sites que debatem a temática que discutimos, consulte:
www.seprorj.org.br – Responsabilidade Social



SEPROJ
Sindicato das Empresas de Informática