

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

GIULIA CARIBONI FONTAINE

UM ESTUDO SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

RIO DE JANEIRO

2022

GIULIA CARIBONI FONTAINE

UM ESTUDO SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Ciências Contábeis, do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Rio de Janeiro, requisito parcial obrigatório à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Luiz Antônio Ochsendorf Leal

RIO DE JANEIRO

2022

Dedico este trabalho aos meus pais, Carolina e Alan, aos meus irmãos, Lucas e Alan, e toda a minha família pelo apoio e dedicação em todos os momentos da minha vida.

AGRADECIMENTOS

A toda minha família, em especial minha mãe, meu pai e meus irmãos, por todo suporte e cuidado durante minha trajetória na UFRJ.

Aos amigos que acompanharam de perto esta jornada: Brendon Chaves, Daniel Delgado, Fernanda Rodrigues, Natalia Delgado, Pamela Guimarães, Pedro Ximenes, Rodrigo Peres e Vinicius Mansur.

Aos amigos de longa data, Ana Azevedo, Gabriela Macedo, Patrícia Ribeiro, Cecília Gouvêa e Flávia Gouvêa, que me apoiaram em todos os momentos.

Por fim, a todos os professores da UFRJ que tive o prazer de ter aula durante este período.

RESUMO

Com a globalização e o agravamento de problemas sociais, as forças da sociedade estão passando por um processo de reorganização, a discussão em torno da ética e da responsabilidade social está ganhando cada vez mais visibilidade no meio empresarial. A presente pesquisa tem como objetivo discorrer sobre o tema ética e responsabilidade social e apresentar três ferramentas disponíveis para auxiliar a identificar e definir práticas éticas de responsabilidade social empresarial nas estratégias utilizadas pelos negócios. Para atingir os objetivos da pesquisa, fez-se uma pesquisa bibliográfica sobre o tema em livros, artigos científicos, normas e sites. Dessa forma, pode-se dizer que o objetivo foi atingido.

Palavras-chave: Ética, Ferramentas, Responsabilidade Social.

SUMÁRIO

1- INTRODUÇÃO.....	8
1.1 TEMA E PROBLEMA.....	8
1.2 OBJETIVOS.....	9
1.3 JUTIFICATIVA.....	9
1.4 METODOLOGIA.....	10
2- FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
2.1 ÉTICA E MORAL.....	10
2.2 TEORIAS ÉTICAS.....	12
2.3 ÉTICA PROFISSIONAL.....	13
2.4 ÉTICA EMPRESARIAL.....	13
3- RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL.....	15
3.1 STAKEHOLDERS.....	17
4- FERRAMENTAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL.....	18
4.1 QUESTIONÁRIO ETHOS.....	19
4.2 ABNT NBR 16001.....	21
4.3 GRI.....	22
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	24
REFERÊNCIAS.....	26

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

RSE Responsabilidade Social Empresarial

ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas

NBR Norma Brasileira

STAKEHOLDERS Partes Interessadas

OSCIP Organização da Sociedade Civil de Interesse Público

PDCA Plan-Do- Check-Act ou planejar – fazer – verificar – agir

ACDE Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas

1- INTRODUÇÃO

A gestão empresarial tem por objetivo avaliar os impactos gerados pelas práticas e estratégias adotadas por uma companhia, sendo um de seus principais indicadores a maximização do resultado da empresa. Por muitos anos a postura empresarial foi voltada somente para obtenção de lucros, no entanto, desde o início do século XXI é possível observar uma crescente valorização da responsabilidade social empresarial.

As práticas de responsabilidade social empresarial se tornam uma ferramenta gerencial de grande valor no processo de tomada de decisão. Essas práticas têm como objetivo ajustar as decisões tomadas pelas companhias para resultar em benefícios para a organização e para a sociedade.

Assim, o presente estudo irá discorrer sobre os conceitos de ética e responsabilidade social e apresentar três ferramentas disponíveis para auxiliar as empresas a identificar e integrar práticas de responsabilidade social empresarial em seu cotidiano.

1.1 Tema e problema

O papel da empresa na sociedade é um tema amplamente discutido e que tem grande influência na vida das pessoas e da sociedade. Segundo Coutinho e Macedo-Soares (2002) devido ao agravamento de problemas sociais e ambientais por todo planeta e a dificuldade dos governos em solucioná-los, a sociedade tem suas forças passando por um processo de reorganização.

Nesse contexto, as empresas se sentem pressionadas a adotarem práticas socialmente responsáveis na condução de seus negócios. Os investimentos classificados como socialmente responsáveis tem como objetivo atingir o retorno financeiro e social.

Para aplicação das práticas de RSE é necessário olhar o contexto, os interesses das partes relacionadas, conjuntura econômica, atuação do governo, entre outros. Assim, identificar e

elaborar indicadores visando o alcance dessas práticas se constitui em uma proposta desafiadora.

O tema a ser desenvolvido nesse trabalho responderá a questão: Como as empresas podem identificar e desenvolver práticas de responsabilidade social para o seu negócio?

1.2 Objetivos

O objetivo deste trabalho é desenvolver os conceitos de ética e responsabilidade social e apresentar três ferramentas explicando como utilizá-las para que possam auxiliar a identificar e integrar práticas sociais no contexto empresarial para companhias que tem essa finalidade.

1.3 Justificativa

Ao questionar o papel das empresas na sociedade é necessário destacar o ambiente corporativo como um recorte social em pequena escala. Questões sociais como discriminação, desemprego, corrupção, poluição e exaustão dos recursos naturais estão se tornando cada vez mais urgentes e evidentes, pressionando as companhias a adotarem uma nova postura empresarial.

As questões ambientais têm a capacidade de criar valor para diversas partes interessadas. Se antes a lucratividade era o objetivo principal, hoje as empresas querem associar suas marcas a ações, projetos e parcerias socialmente responsáveis.

Existem oportunidades e lacunas para as práticas de responsabilidade social. Utilizando as ferramentas adequadas é possível elaborar um modelo de gestão social alinhando os interesses financeiros da companhia com os interesses da sociedade.

1.4 Metodologia

O presente trabalho é caracterizado como um estudo monográfico. Para a análise e compreensão do tema em questão, foi realizada uma pesquisa bibliográfica que, segundo Leite (2008, p. 47):

“É a que é realizada do uso de livros e de documentos existentes na Biblioteca. É a pesquisa cujos dados e informações são coletados em obras já existentes e servem de base para análise e a interpretação dos mesmos, formando um novo trabalho científico.”

Para elaboração deste trabalho foi utilizado o critério de pesquisa exploratória. Segundo Gil (2017), a pesquisa exploratória tem o seguinte objetivo:

“Proporcionar maior familiaridade com o problema (explicitá-lo). Pode envolver levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes no problema pesquisado. Geralmente, assume a forma de pesquisa bibliográfica e estudo de caso.”

Para atingir os objetivos do trabalho, fez-se uma seleção bibliográfica, que servirá de base para a leitura. Ao iniciar a leitura, é possível conseguir as informações sobre o tema da pesquisa. Posteriormente, os dados coletados serão analisados e interpretados a fim de se obter o melhor resultado.

Portanto, o presente trabalho funda-se em uma pesquisa exploratória, realizada por meio de uma pesquisa bibliográfica.

2- FUNDAMENTAÇÃO TEORICA

Neste capítulo, mostra-se o referencial teórico que sustenta o objetivo do estudo. Busca-se o entendimento dos conceitos de ética profissional e empresarial.

2.1- ÉTICA E MORAL

Os conceitos de ética e moral são comumente empregados como sinônimos. Ambos são associados a um conjunto de costumes adotados como regras perante a sociedade. Isso acontece porque a palavra ética vem do grego *ethos*, que significa caráter, costume ou modo de ser, e a palavra moral vem do latim *mores*, que também significa costume.

Etimologicamente os termos de ética e moral são conceituados como:

Moral vem de mores, que é uma palavra latina, enquanto ética vem de ethos, que é uma palavra grega. Ambos os termos remetem aos costumes, mas no caso grego há uma curiosidade: a palavra ethos pode ser escrita, em grego, com a letra 'e' sendo substituída pela letra grega Ę (eta) ou pela letra grega Á (épsilon). De modo que, quando grafada com épsilon, a palavra ethos, em grego, tem a ver não só com costumes, mas com temperamento ou caráter individual. Assim, dependendo da grafia, os gregos usam ethos para designar algo coletivo dos costumes ou algo mais individual, mais ligado às disposições físicas e psicológicas de alguém. (GHIRALDELLI, 2003, p. 74).

Sendo assim, ambos os termos podem ser descritos como um conjunto de condutas adotados pela sociedade, entretanto, a ética também corresponde ao caráter individual.

Para conseguir viver em harmonia, o homem sente a necessidade de pautar seu comportamento por normas socialmente aceitas. Utilizando de sua consciência moral, ele é capaz de distinguir o certo e o errado, o bom e o ruim e com isso saber se precisa agir desta ou daquela maneira. As regras estabelecidas pelas sociedades não são naturais ao homem, ou seja, o homem não nasce seguindo um comportamento ético e moral.

Para Vázquez (1995, p. 23/24), as definições de ética e moral são, respectivamente:

“A ética é a teoria ou ciências do comportamento moral dos homens em sociedade. Ou seja, é a ciência de uma forma específica de comportamento humano”.

“Moral vem do latim mos, ou mores, “costume ou “costumes”, no sentido de conjunto de normas ou regras adquiridas por hábito. A moral se refere, assim ao comportamento adquirido ou modo de ser conquistado pelo homem”.

Dessa maneira, é possível destacar a ética como ciência da conduta dos indivíduos perante o ser e seu semelhante e a moral como um conjunto de regras estabelecidos pela sociedade.

A ética existe como base do convívio social desde os primórdios da humanidade. O estudo e a evolução desse conceito com o tempo não desvirtua o que era considerado desde o início, sendo uma maneira de referência para os seres humanos viverem harmoniosamente, o que se pode destacar como diferença é que atualmente também apresenta um caráter normativo e pode ser estudado cientificamente.

Ao trazer esses conceitos para o dia a dia, existem diversas situações em que indivíduos sentem a necessidade de pautar seu comportamento por normas que se julgam mais apropriadas ou mais dignas de ser cumpridas.

2.2 - TEORIAS ÉTICAS

As teorias éticas são abordadas dos diversos conceitos de ética e nascem da necessidade de justificar racionalmente as opções morais diante da consciência individual e coletiva. Srour (2018, p.132) destaca duas teorias batizadas por Max Weber. Ambas foram caracterizadas em função dos modos de tomar decisão: a ética da convicção, que possui caráter deontológico (se refere a um código de conduta, cuja função consiste em fornecer elementos para moldar, regulamentar as relações entre os profissionais e entre estes e a sociedade, com vistas a harmonia de uma ordem social (Benavides & Antón, 1987), e a ética da responsabilidade, que possui caráter teológico (capaz de relacionar um acontecimento com seu efeito final).

Segundo Srour (2018, p.133), Weber coloca a teoria ética da convicção e a teoria da responsabilidade, respectivamente como:

“A teoria que parte do pressuposto de que as injunções a serem obedecidas têm caráter universalista ou interessam a todos os seres humanos. Opera com base em uma mecânica específica que legitima as decisões e as ações fiéis às convicções e alinhadas às determinações consensuais.”

“A teoria ética da responsabilidade, por sua vez, resulta de outro molde. Indaga: quais as consequências previsíveis dos atos? Opera com base em um cálculo racional: avalia os riscos, os custos e os benefícios envolvidos para atingir fins universalistas, objetivos consensuais que interessam a todos os seres humanos. São legítimos os resultados que são objetivamente positivos. Se não atenderem às expectativas, os agentes respondem pelos imprevistos e pelos insucessos.”

A teoria ética da convicção é pautada por valores inquestionáveis, age-se de acordo com obrigações morais previamente acordadas cujo caráter é necessariamente universalista. As consequências não são importantes desde que se tenha razão, seja inspirado por valores consensuais e utilize meios puros, sempre seguindo a lógica “Faça o que deve ser feito e aconteça o que acontecer”.

Já a teoria ética da responsabilidade, é pautada pelo exercício do senso crítico. Analisar e assumir os riscos e as consequências a fim de realizar o bem possível com os meios disponíveis. Realizar um cálculo racional, ao observar os cenários alternativos e construir uma resposta nova na análise de cada situação.

Visto isso, ambas as teorias utilizam a racionalidade universalista no processo de tomada de decisão, no entanto, utilizam tipos diferentes de referências – na teoria da convicção é utilizada a consciência e na teoria da responsabilidade é utilizada a análise de riscos.

2.3 ÉTICA PROFISSIONAL

A palavra profissão vem do Latim *professione*, do substantivo *professio*, e possui diversos significados nesse idioma. Atualmente, a palavra profissão representa o ofício especializado que legitima alguém a fazer alguma coisa. De acordo com Sá (2009, p. 135):

“A profissão, como a prática habitual de um trabalho, oferece uma relação entre necessidade e utilidade, no âmbito humano, que exige uma conduta específica para o sucesso de todas as partes envolvidas – quer sejam os indivíduos diretamente ligados ao trabalho, quer sejam os grupos maiores ou menores, em que tal relação se insere.”

O valor social das profissões é evidenciado em diversas áreas como na saúde, educação, habitação, a vida empresarial e institucional, entre outros. Aos profissionais são atribuídas responsabilidades sociais através da utilidade que prestam e como decorrência, surgem benefícios gerando satisfação a comunidade e interagindo com ela.

Para Camargo (2008, p. 31-32) “ética profissional é a aplicação da ética geral no campo das atividades profissionais; a pessoa tem de estar imbuída de certos princípios do ser humano para vivê-los nas suas atividades do trabalho”. Para que o profissional conduza seu trabalho de maneira eficaz é necessário ter mentalidade ética e responsabilidade individual perante seu grupo.

Os códigos de ética profissional evidenciam as exigências éticas a respeito de orientação, disciplina e fiscalização. Também são responsáveis por estabelecer parâmetros variáveis que delimitam qual conduta deve ser considerada regular em determinada situação. Eles estabelecem princípios ético-morais para os profissionais, e disponibilizam penas disciplinares a aqueles que não obedecerem aos procedimentos e normas. Os códigos de ética por si não garantem que os profissionais atuam de forma ética, mas representam um guia para seu comportamento garantindo a segurança dos profissionais e dos usuários de cada serviço.

2.4 ÉTICA EMPRESARIAL

No final do século XX, a questão ética ganhou importância dentro do universo das empresas privadas e das organizações públicas. Com o desenvolvimento investigativo da mídia em relação a escândalos considerados prejudiciais ou imorais a sociedade, o comportamento

antiético por parte das companhias não é mais tolerado e impacta diretamente sua imagem e seus resultados.

Segundo Srour (2018), a ética empresarial é definida como a ética aplicada as empresas, é responsável por estudar negócios de alto impacto social e identificar suas implicações. Para que uma empresa seja duradora e sustentável no tempo, ferramentas científicas são utilizadas para desenvolver políticas de responsabilidade social com o objetivo de valorizar a marca e seu capital de reputação.

O capital de reputação é definido como o valor das marcas e a qualidade das relações que a empresa mantém com os públicos de interesse, podendo impactar diretamente na sua credibilidade e no valor de mercado. A gestão da reputação da companhia tornou-se uma grande preocupação nos últimos anos, levando em consideração o papel que a opinião pública desempenha, instruída e provida pela mídia. Atualmente, a sociedade espera e exige um comportamento ético por parte da empresa. O lucro moralmente aceito é fruto de atitudes éticas.

Segundo Alves (2014, p.23): “Um dos maiores desafios do estudo da ética empresarial refere-se ao papel dos indivíduos e de seus valores na tomada de decisão. Fatores individuais são importantes na avaliação e resolução de questões éticas”.

Junto a isso, esclarece que:

“Os fatores individuais envolvem aspectos como o desenvolvimento cognitivo moral ou julgamento moral, a idade, o sexo, a religião, escolaridade, entre outros. A cultura da empresa, que é um fator situacional e representa um conjunto de valores, convicções, metas, normas e maneiras de resolver os problemas na organização, também pode sugerir nos colaboradores atitudes éticas ou antiéticas. Juntos, cultura organizacional e a influência dos pares podem promover condições que permitam ou limitem a conduta antiética.”

Ou seja, o comportamento ético deve ser incorporado a cultura organizacional da companhia. Caso seja cotidiano alguma prática ilícita ou ilegal para atingir determinado resultado sem que haja nenhum tipo de repreensão ou punição, será muito difícil que um colaborador vá contra o que todos seus colegas de trabalho estão acostumados a fazer para seguir seus próprios princípios. A integridade da companhia nos negócios depende união de princípios pessoais e valores empresariais.

3- RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

A partir da Revolução Industrial e nas décadas seguintes o capital industrial e financeiro concentravam toda atenção corporativa. Desde o início do século XXI, ocorreu uma crescente valorização da postura empresarial voltada não só para obtenção de lucros, mas também para o relacionamento com a sociedade e para os impactos gerados sobre ela. A degradação ambiental e os desequilíbrios sociais são fatores fundamentais para o questionamento dessa imagem.

O papel da empresa na sociedade é um tema que vem ganhando importância ao longo dos anos. Atualmente é amplamente discutido e possui grande influência na vida das pessoas e nas estratégias das organizações. É responsável por apresentar ideias de realização de ações sociais e uma maior transparência e ética nos negócios.

A definição de responsabilidade social segundo Dias (2012, p. 20) é:

Um conjunto de ideias e práticas da organização que fazem parte de sua estratégia e que têm como objetivo evitar prejuízos e/ou gerar benefícios para todas as partes interessadas (*stakeholders*) na atividade da empresa (consumidores, empregados, acionistas, comunidade local, meio ambiente etc.), adotando métodos racionais para atingir esses fins e que devem resultar em benefícios tanto para a organização como para a sociedade.

Ou seja, a responsabilidade social empresarial (RSE) é definida pela relação entre a empresa e todos os seus públicos (*stakeholders*). Entre eles estão organizações de interesse civil/social/ambiental, público interno, acionistas, consumidores e clientes. A relação das empresas com a sociedade transcende a oferta de produtos e serviços. Questões ligadas ao trabalho, segurança, benefícios, legislação, encargos sociais e proteção a grupos especiais, ultrapassam o domínio interno da companhia e ganham destaque, sendo discutidas na sociedade.

Para colocar em prática a gestão social dentro do negócio, é necessário buscar equilíbrio ao criar valor nas áreas econômica, social e ambiental. Segundo Lorenzetti (et al., 2008). O pilar econômico, bem conhecido, representa a geração de riqueza pela e para a sociedade, através do fornecimento de bens (duráveis) e serviços; o pilar ambiental relaciona-se a conservação e ao manejo dos recursos naturais, e ao pilar social compete atingir a equidade e a participação de todos os grupos sociais na construção e manutenção do equilíbrio do sistema, compartilhando direitos e responsabilidades.

As organizações passaram a dar maior importância a esses fatores, antes menos valorizados, com o surgimento e o aumento dos movimentos sociais cobrando melhores condições de trabalho, redução das desigualdades sociais e raciais e respeito ao meio ambiente. A inclusão da RSE no contexto empresarial requer planejamento a longo prazo. Cada organização precisa observar a realidade em que está inserida, identificar os problemas sociais e analisar as melhores estratégias para combatê-los.

No Brasil, a valorização da divulgação das ações de RSE começou na década de 1960, tendo como protagonista a Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas (ACDE), sendo fundamental para impulsionar o debate sobre o balanço social. No entanto, somente na década de 1980 foi a público o primeiro documento que assume o nome de Balanço social.

O balanço social é um demonstrativo não obrigatório que possui um conjunto de informações sobre projetos e benefícios de ações sociais das empresas, é um dos meios mais utilizados para divulgação dos investimentos sociais realizados. Ele tem a função de manter a empresa com uma imagem compromissada e transparente diante do seu público de interesse, e se torna uma ferramenta importante para orientar e avaliar projetos sociais, ambientais e econômicos. O balanço social tem como objetivo a divulgação da imagem cidadã e praticante do bem-estar social para o público em geral.

Acostumados com a elaboração de relatórios estritamente financeiros, as empresas vêm percebendo que, com a elaboração de relatórios de responsabilidade social, um caminho para refletir e internalizar o tema é aberto, torna públicos sua própria visão, desafios e resultados econômicos, sociais e ambientais além de criar uma ferramenta de comunicação e de diálogo com seus públicos envolvidos (stakeholders).

Robbins e Coulter (1998, p. 91) fazem um resumo dos principais ganhos em relação a adoção de práticas sociais no meio empresarial, eles são:

- Expectativa pública: a opinião pública apoia empresas que perseguem objetivos tanto sociais como econômicos.
- Lucros no longo prazo: esse é o resultado normal das melhores relações com a comunidade e da melhor imagem de relações públicas da empresa em termos de cidadania.
- Obrigação ética: ser socialmente responsável é a coisa ética ou correta a fazer.

– Imagem pública: as empresas procuram melhorar sua imagem pública para aumentar vendas, manter melhores empregados, ter acesso a financiamentos e outros benefícios.

– Melhor ambiente: o envolvimento das empresas pode ajudar a resolver problemas sociais complicados, a criar uma melhor qualidade de vida e uma comunidade mais desejável que possa atrair e manter empregados qualificados.

– Interesses dos acionistas: ela pode ser boa para os acionistas já que tais medidas obterão aprovação pública, levarão a empresa a ser vista pelos analistas financeiros como menos expostas a crítica social e produzirão um aumento no preço das ações.

– Posse de recursos: as empresas possuem os recursos financeiros, especialistas técnicos e talento administrativo para apoiar projetos públicos e de caridade que necessitem de assistência.

– Superioridade da prevenção em relação a cura: as empresas devem agir antes que esses problemas se tornem sérios e caros, desviando a energia da administração da tarefa de cumprir sua missão de produzir bens e serviços. (ROBBINS; COULTER, 1998, p. 91).

Assim, se torna claro que a adoção de práticas de RSE tende a impactar positivamente diversos meios com destaque para a própria organização.

3.1 STAKEHOLDERS

O termo Stakeholder vem da língua inglesa e tem como definição “grupo de interesse”. Para Freeman (1984), Stakeholder é qualquer grupo ou indivíduo que afeta ou é afetado pelo alcance dos objetivos da empresa. Eles podem ser identificados como acionistas, investidores, proprietários, empregados, sindicatos, clientes, governo, concorrentes, entres outros. Contudo, esses indivíduos ou grupos possuem níveis de influência diferenciados sobre os compromissos, decisões e ações da empresa.

Freeman (1984) afirma que na gestão empresarial é necessário envolver a alocação de recursos organizacionais e a considerar os impactos desta alocação em vários grupos de interesse dentro e fora da organização. Assim, as decisões tomadas pelos administradores devem levar em consideração os interesses de todos os grupos envolvidos, que são divididos em stakeholders primários (acionistas e credores) e secundários (comunidades, funcionários,

fornecedores, entre outros), ou seja, todos os grupos ou indivíduos que afetam e podem ser afetados substancialmente pelas decisões da empresa.

A análise dos stakeholders é um processo muito importante dentro das práticas de responsabilidade social empresarial, ela é feita através da coleta e análise de informações a respeito das preferências das partes interessadas. Isso pode ser feito de diversas maneiras, um exemplo de como fazer essa análise: O primeiro passo identificar as partes interessadas. O segundo determinar a influência de cada parte interessada. O terceiro identificar os possíveis impactos positivos e negativos de cada grupo. O último é definir práticas estratégicas para beneficiar o maior número de partes interessadas possível.

A responsabilidade da empresa vai além da maximização de lucros e, sob esta visão, as corporações geram benefícios internos e externos ao trabalhar para promover a melhoria social. Todos os stakeholders devem ser identificados, cuidadosamente avaliados e deverão ser priorizados caso a empresa não tenha a capacidade de satisfazer a todos. O maior desafio das empresas atualmente é conciliar seus interesses e de seus stakeholders, para isso, se faz necessária a busca por ferramentas que auxiliam a aplicação das práticas de RSE.

4. FERRAMENTAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Para aplicação das práticas de RSE é necessário olhar o contexto em que cada empresa está inserida, os interesses das partes relacionadas irão divergir dependendo da região geográfica, conjuntura econômica, atuação do governo, entre outros. Assim, é difícil dizer exatamente quais práticas devem ser adotadas, ou criar indicadores para comparar empresas inseridas em realidades completamente distintas. Esses e outros aspectos precisam ser considerados ao propor um modelo de gestão social, o que se constitui em uma proposta desafiadora.

No momento, existem ferramentas normativas e organizações que auxiliam na elaboração dessas práticas, através de ferramentas de gestão social, buscam apresentar novas estratégias e avaliar se a empresa está sendo socialmente responsável. Neste capítulo, serão apresentadas três ferramentas selecionadas destacando como podem ser utilizadas para atingir tal objetivo.

4.1 QUESTIONÁRIO ETHOS

Atualmente, o Brasil possui uma ferramenta muito relevante na prática de RSE, o instituto Ethos. O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) responsável pelo prêmio Inovação em Sustentabilidade que tem como objetivo apoiar iniciativas inovadoras de associações comunitárias, empreendedores sociais, institutos de pesquisa, micro e pequenas empresas, ONGs e universidades que já tenham apresentado sucesso e que tenham potencial de serem aperfeiçoadas e/ou ganharem escala (reaplicação, expansão ou transferência).

O instituto Ethos organiza a RSE em sete tópicos a serem explorados: Valores, transparência e governança, Público interno, Meio Ambiente, Fornecedores, Consumidores/clientes, Comunidade e Governo e Sociedade. A sua principal ferramenta são os indicadores para negócios sustentáveis e responsáveis que, através da sua plataforma online e gratuita, dispõe de um questionário para as empresas realizarem uma autoavaliação de sua gestão, na perspectiva da sustentabilidade e da responsabilidade social. O questionário é constituído por 5 dimensões, elas são: Dimensões do questionário Ethos:

Dimensão Visão e Estratégia

Visão e Estratégia - A visão e estratégia de uma empresa constituem as bases para a definição de suas ações, motivo por que devem ser claramente validadas pela organização. Pelo reconhecimento de sua importância, recomenda-se que ambas – a visão e a estratégia da empresa – incorporem atributos de sustentabilidade, que devem estar igualmente presentes tanto nos produtos e serviços que a empresa oferece como no seu modus operandi, ou seja, na forma como organiza e estabelece suas operações.

Dimensão Governança e Gestão

Governança Organizacional – São temas que orientam a empresa a estruturar sua gestão alinhada a RSE/sustentabilidade e que abrangem desde a proposição e implementação de políticas até sua integração com os processos de gestão da empresa.

Práticas de Operação e Gestão – A sociedade civil acompanha cada vez mais de perto as práticas relacionadas com a operação e a gestão das empresas nas esferas e áreas de sua influência, tal atitude por parte da sociedade civil expressa o sentimento de corresponsabilidade que esse segmento da sociedade – constituído por organizações não governamentais, entidades e instituições – possui em relação a esses processos.

Dimensão Social

Direitos Humanos – Nos últimos anos, torna-se maior o reconhecimento de que as empresas, além dos governos, são responsáveis por garantir o respeito dos direitos humanos. Esse respeito, que não se limita ao cumprimento legal, se aplica a todos os relacionamentos da empresa. Nesse sentido, torna-se fundamental que a empresa estabeleça política e mecanismos que favoreçam o respeito e previnam qualquer tipo de violação a esses direitos.

Práticas de trabalho – A geração de empregos e igualmente, o pagamento de salários e de outras remunerações relacionadas com sua execução são contribuições econômicas e sociais muito importantes de uma organização. O trabalho significativo e produto constitui elemento essencial para o desenvolvimento humano.

Questões relativas ao consumidor – O relacionamento das empresas com os consumidores tende a se tornar cada vez mais uma prática transparente. Ele se inicia com o processo de comunicação liderado pela empresa no contexto da admissão do empregado. Esse contato inicial vai, pouco a pouco, adquirindo níveis maiores de complexidade, como, por exemplo, quando se defronta com as implicações decorrentes dos impactos causados pelo consumo de produtos e serviços.

Dimensão Ambiental

Meio ambiente – A sociedade enfrenta atualmente muitos desafios ambientais, entre os quais se incluem a exaustão dos recursos naturais, a emissão de poluentes, as mudanças climáticas, a destruição de habitats, a extinção de espécies e o colapso dos ecossistemas como um todo. Enfrentar esses problemas que, como se sabe, se interrelacionam em níveis local, regional e global, exige uma abordagem abrangente, sistemática e coletiva. Fonte: Instituto Ethos – Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial (2013).

Os indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis tem como propósito apresentar essa ferramenta que explicita o entendimento de que a responsabilidade social é uma forma de gestão que deve estar presente em qualquer debate sobre sustentabilidade. Isso porque entende-se sustentabilidade e responsabilidade social como conceitos interdependentes e não excludentes.

O questionário pode ser respondido por qualquer empresa, independente do porte ou segmento. Com sua aplicação, a empresa terá acesso a sua avaliação individual através de um relatório de diagnóstico com os pontos frágeis que foram revelados. Além do relatório de

diagnóstico, a empresa também tem acesso a novos relatórios que servirão como apoio na gestão da informação, no uso interno ou para divulgação as partes interessadas.

O questionário abrange dimensões de visão e estratégia, governança e gestão, social, e ambiental, sendo uma ferramenta feita para contemplar todas as partes interessadas do negócio. Uma vez que a companhia tem de forma clara quais aspectos precisa melhorar, o trabalho a ser feito para que novas práticas de RSE sejam incorporadas ao negócio é favorecido.

4.2 ABNT NBR 16001

A ABNT NBR16001 é uma norma de âmbito nacional que foi coordenada pela ABNT e elaborada na Comissão de Estudo Especial Temporária de Responsabilidade Social. Ela teve sua primeira publicação em 2004 e sua segunda versão em 2012. É uma norma de sistema de gestão, estruturada em requisitos verificáveis, que permite que a organização busque a certificação por uma terceira parte. O Inmetro desenvolveu o Programa Brasileiro de Certificação em Responsabilidade Social e é o órgão governamental responsável pela avaliação da conformidade com a norma.

A norma adequa-se para individualidades das empresas brasileiras. Por essa razão, a sua aplicação pode depender de alguns fatores como a política de RSE adotada pela organização, a natureza de suas atividades, produtos e serviços, sua localização e condições em que opera. A política da responsabilidade social inclui o comprometimento da alta direção com a melhoria contínua e a prevenção de impactos adversos. Deve ser documentada, implementada e mantida, estando clara para todas as pessoas que trabalham para, ou em nome da organização, junto as partes interessadas.

A norma estabelece requisitos relativos as empresas que desejam implementar um sistema de gestão de responsabilidade social, esses requisitos permitem que a organização possa formular e implementar políticas e objetivos que levem em conta seu compromisso com o desenvolvimento sustentável. Dentro dos requisitos se destacam quatro passos que devem ser seguidos para a elaboração do sistema de gestão, são eles Planejamento, Implementação e operação, Requisitos de documentação e por fim, Medição análise e melhoria.

A fase do Planejamento é responsável por identificar as partes interessadas, identificar as questões pertinentes a responsabilidade social da companhia, identificar oportunidades de melhoria e inovação, atender aos requisitos legais e estabelecer metas.

A fase de Implementação e operação é responsável por treinar e conscientizar os colaboradores da organização, engajar as partes interessadas, estabelecer procedimentos de comunicação internos e externos, desenvolver procedimentos para tratamento de conflitos com as partes interessadas, e controlar operações e atividades com impactos significativos a questões de responsabilidade social.

A fase de requisitos de documentação é responsável por listar quais documentos são necessários, como fazer o controle e o registro para o sistema de gestão.

A fase de Medição, análise e melhoria é responsável pelo monitoramento e avaliação de procedimentos documentados, ações corretivas e preventivas, auditoria interna e análise da alta direção.

As companhias que desejam implementar um sistema de gestão de responsabilidade social precisam demonstrar conformidade com a norma através de autodeclaração de conformidade, ou obter o certificado emitido pelo Inmetro. A norma é aplicável a todos os tipos e portes de organizações (pequenas, médias e grandes) e de todos os setores (governo, ONG's e empresas privadas) e necessita do comprometimento de todos os níveis e funções, especialmente da alta direção.

4.3 GRI

A GRI (Global Reporting Initiative) é uma organização internacional que ajuda diversas instituições a comunicar seus impactos sobre responsabilidade social, ambiental e econômica das empresas. O padrão estabelecido pela GRI é referência mundial e permite comparações e análises entre empresas aumentando a qualidade dos relatórios. A GRI está presente no Brasil desde 2007 e possui um conselho consecutivo que busca ajudar a definir os objetivos estratégicos para o mercado brasileiro.

O objetivo principal da organização é desenvolver e disseminar diretrizes sobre relatórios de sustentabilidade para setores específicos. Segundo os fundamentos das normas GRI, o relatório de sustentabilidade é definido como a prática de uma organização de relatar publicamente seus impactos econômicos, ambientais e/ou sociais e, conseqüentemente, suas contribuições – positivas ou negativas -para o objetivo do desenvolvimento sustentável.

As normas GRI são responsáveis por criar indicadores de desempenho utilizando uma linguagem comum para organizações e stakeholders, visando assim, aumentar a qualidade e a comparabilidade das informações possibilitando mais transparência e melhor entendimento na prestação de contas. O material disponibilizado pela companhia é composto de três normas universais: GRI 101 – Fundamentos, GRI 102 - Conteúdos Gerais, e GRI 103 – Forma de Gestão, além disso, além disso, ainda conta com normas específicas a respeito de tópicos econômicos, ambientais e sociais.

Estrutura das normas GRI:

GRI 101: Fundamentos A Norma GRI 101 estabelece os Princípios de Relato para definição do conteúdo e da qualidade do relatório. Ela inclui requisitos para a elaboração de um relatório de sustentabilidade em conformidade com as Normas GRI e descreve como as Normas GRI podem ser usadas e referenciadas.

GRI 102: Conteúdos Gerais é usada para o relato de informações contextuais sobre uma organizações e suas práticas de relato de sustentabilidade. Isso inclui informações sobre perfil, estratégia, ética e integridade, governança, práticas de engajamento de stakeholders e processo de relato da organização.

GRI 103: Forma de Gestão é usada para o relato de informações sobre como a organização gerencia um tópico material. Foi desenvolvida para ser usada com cada tópico material de um relatório de sustentabilidade, incluindo os cobertos pelas Normas específicas da GRI (séries 200, 300, e 400) e outros tópicos materiais.

Normas Específicas: Séries 200 (Tópicos econômicos), 300 (Tópicos ambientais), 400 (Tópicos sociais)

As séries 200, 300 e 400 apresentam inúmeras Normas Específicas. Elas são usadas para o relato de informações sobre os impactos de uma organização relacionadas a tópicos econômicos, ambientais e sociais (ex: forma de gestão, resíduos, saúde e segurança no trabalho).

Fonte: Relatório GRI

A empresa que deseja publicar seus relatórios conforme as normas GRI é aconselhada a realizar uma auditoria externa, outra opção é solicitar a própria GRI para realizar um exame de Nível de aplicação. Com o relatório de sustentabilidade pronto, o negócio recebe um

certificado de nível de aplicação podendo variar os conceitos dependendo o quão alinhado o relatório está.

Ao final, conclui-se que, atualmente existem diversas maneiras para uma empresa praticar a responsabilidade social empresarial no seu dia a dia. As três ferramentas apresentadas tem como objetivo, respectivamente, identificar pontos frágeis a serem desenvolvidos, desenvolver um sistema de gestão e fornecer diretrizes a serem seguidas, sempre alinhadas com a RSE. As ferramentas disponibilizam material de suporte, são gratuitas e de fácil acesso na internet.

5- CONSIDERAÇÕES FINAIS

A conduta ética de gestores e as práticas de responsabilidade social no meio empresarial causam um grande impacto na sociedade. Nesse contexto, no desenvolvimento do presente trabalho monográfico foram esclarecidos conceitos e ferramentas relacionadas ao tema responsabilidade social empresarial.

Em princípio, para esclarecer os conceitos correlatados fez-se uma pesquisa bibliográfica apresentada na parte de referencial teórico. Foram apresentados os conceitos acerca da ética no meio empresarial e responsabilidade social, e outros que dão suporte ao tema como teorias éticas e stakeholders.

Para aplicação das práticas de RSE é necessário olhar o contexto em que cada empresa está inserida, os interesses das partes relacionadas irão divergir dependendo da realidade que a empresa está inserida. Dito isso, foram apresentadas três ferramentas destacando como podem ser utilizadas por empresas que buscam ser responsáveis socialmente.

A primeira ferramenta é o questionário Ethos, que tem como objetivo fornecer um relatório personalizado com os pontos frágeis a serem melhorados. Com o resultado em mãos, a administração da empresa é capaz de desenvolver práticas de responsabilidade social com mais precisão e assertividade.

A segunda ferramenta é a ABNT NBR 16001, uma norma brasileira que tem como objetivo ajudar a empresa a desenvolver um sistema de gestão sustentável. Ao desenvolver esse sistema ou ao ajustar o sistema vigente conforme as diretrizes da norma, a empresa pode garantir uma certificação de conformidade com a norma concedido pelo Inmetro.

A terceira ferramenta é a GRI, uma organização internacional que tem como objetivo desenvolver e disseminar diretrizes sobre relatórios de sustentabilidade para setores específicos. A empresa que desenvolver seus relatórios nos moldes das normas GRI também pode garantir uma certificação diretamente com a organização.

Todas as três ferramentas apresentadas neste trabalho estão disponíveis na internet, são disponibilizadas gratuitamente e na língua portuguesa.

Ao fim, é possível dizer que a pergunta proposta no trabalho “Como as empresas podem identificar e desenvolver práticas de responsabilidade social para o seu negócio?” foi respondida através do desenvolvimento dos conceitos de ética e responsabilidade social empresarial junto com as de três ferramentas apresentadas e o esclarecimento como utilizá-las no seu negócio.

BIBLIOGRAFIA

ALVES, F. J. dos S; CARVALHO, V. S. **Processo decisório ético**. Rio de Janeiro: CRCRJ, 2014.

AMARAL, J. P; ZANDER, K. **Ferramentas Normativas de Responsabilidade social**. Centro de Competência Mercosul para Responsabilidade Social Empresarial, 2008. Disponível em: <http://www.ahk.org.br/upload_arq/Ferramentas%20RS.pdf>

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 16001:Responsabilidade social – sistema de gestão – requisitos**. Rio de Janeiro, 2012.

CAMARGO, M. **Fundamentos de ética geral e profissional**. 7ª edição. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

COUTINHO, R. B. G.; MACEDO-SOARES, T. D. L. V. A. **Gestão estratégica com responsabilidade social: arcabouço analítico para auxiliar sua implementação em empresas no Brasil**. Revista de Administração Contemporânea, v. 6, n. 3, p. 75-96, 2002.

DE SÁ, A. L. **Ética Profissional**. 10ª edição. São Paulo: Atlas, 2019.

DIAS, R. **Gestão Ambiental: responsabilidade e sustentabilidade**. 2ª edição São Paulo: Atlas, 2012.

ETHOS, Instituto Ethos de empresa e responsabilidade social. **Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis**. São Paulo: 2003. Disponível em <<https://www.ethos.org.br/conteudo/indicadores-ethos-publicacoes/#.WXkBCoQrKUI>>. Acesso em: 04/09/2021.

ETHOS, Instituto Ethos de empresa e responsabilidade social. **Indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial**. São Paulo:2003. Disponível em: <<https://www.ethos.org.br/conteudo/indicadores-ethospublicacoes/#.WXkBCoQrKUI>>. Acesso em 04/09/2021.

FELDEN, C. R; KELM, M. L; MULLER, P. A. **Ferramentas Inovadoras da Abordagem de Gestão Social**. RAI - Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 100-116, 2007.

FREEMAN, R. E. **Strategic management: A stakeholder approach**. Boston: Pitman, 1984.

FIGUEIREDO, G. N. de; ABREU, R. L.; CASAS, A. L. Las. **Reflexos do índice de sustentabilidade empresarial (ISE) na Imagem das empresas: uma análise do consumidor consciente e do marketing ambiental.** Revista Pensamento e Realidade, São Paulo, v.24, n. 1, p. 107-128, 2009.

GHIRALDELLI, P. J. **Introdução à Filosofia.** 1ª edição. Barueri, SP: Manole, 2003.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 6ª. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GRI STANDARDS, Global Reporting Initiative. **Glossário das Normas GRI.** GRI, 2019. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-portuguese-translations/>>. Acesso em 05/09/2021.

LA TAILLE, Y. **Moral e Ética: Dimensões intelectuais e Afetivas.** Porto Alegre: Artmed, 2006.

LEITE, F. T. **Metodologia científica: métodos e técnicas de pesquisa - monografias, dissertações, teses e livros.** 1ª edição. Aparecida, SP: Ideias eletrônicas, 2008.

MATTOS, A. L; DA SILVA, I. B; ZATTA, F. N; GONZALEZ, I. V. D. P. **Balço Social: Sua Contribuição para as Instituições Financeiras.** In:SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, VIII,Resende, 2011. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos11/22014728.pdf>>. Acesso em: 01/09/2021.

ROBBINS, S; COULTER, M. **Administração.** 5ª edição. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1998.

SOUZA, J. A; COSTA, T. de M. T. da. **Responsabilidade social empresarial e desenvolvimento sustentável: conceitos práticos e desafios para contabilidade.** Organizações em contexto, São Bernardo do Campo, ISSN 1982-8756, Vol. 8, n. 15, jan.-jun. 2012.

SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNACIONAL. **Responsabilidade Social 8000.** BSD Consulting, 2014. Disponível em: <https://sa-intl.org/wp-content/uploads/2020/01/SA8000-2014_Portuguese.pdf>.

SROUR, R. H. **Ética Empresarial.** 5ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.

TRISTÃO, J. A. M; FREDERICO, E; VIÉGAS, R.F. **Marketing e Responsabilidade Social: O Caso Natura**.In: 3º Encontro de Marketing da ANPAD. Curitiba, 14 a 16 de maio de 2008. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EMA440.pdf>>. Acesso em: 01/09/2021.

VÁZQUEZ, A. S. **Ética**.Edição Civilização Brasileira. Rio de Janeiro,1995.