

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: A PERCEPÇÃO DO  
EMPRESARIADO MACAENSE EM RELAÇÃO À ADOÇÃO  
DE PRÁTICAS SOCIALMENTE RESPONSÁVEIS.**

**VERÔNICA VAZ MAGESTE**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE FLUMINENSE**

**CAMPOS DOS GOYTACAZES – RJ**

**Agosto/2009**

# **RESPONSABILIDADE SOCIAL: A PERCEPÇÃO DO EMPRESARIADO MACAENSE EM RELAÇÃO À ADOÇÃO DE PRÁTICAS SOCIALMENTE RESPONSÁVEIS.**

**VERÔNICA VAZ MAGESTE**

Dissertação apresentada ao Centro de Ciências do Homem, da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, como parte das exigências para obtenção do título de mestre em Políticas Sociais.

Orientado por: Prof. Dr. Ailton Mota de Carvalho

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE FLUMINENSE**

**CAMPOS DOS GOYTACAZES – RJ**

Agosto/2009

# RESPONSABILIDADE SOCIAL: A PERCEPÇÃO DO EMPRESARIADO MACAENSE EM RELAÇÃO À ADOÇÃO DE PRÁTICAS SOCIALMENTE RESPONSÁVEIS.

**VERÔNICA VAZ MAGESTE**

Dissertação apresentada ao Centro de Ciências do Homem, da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, como parte das exigências para obtenção do título de mestre em Políticas Sociais.

Aprovado em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_.

Comissão Examinadora:

---

Prof.<sup>a</sup> Elzira Lúcia de Oliveira (Doutora em Demografia) – UCAM.

---

Prof.<sup>a</sup> Maria Eugênia Ferreira Totti (Doutora em Ecologia e Recursos Naturais) – UENF.

---

Prof.<sup>a</sup> Sônia Martins de Almeida Nogueira (Doutora em Educação) – UENF.

---

Prof. Marcelo Carlos Gantos (Pós Doutor em *Estudios Hispanamericanos*) – UENF, representando o Prof. Ailton Mota de Carvalho (Orientador – Pós Doutor em Planejamento Urbano) – UENF.

*Meu filho. Não é automatismo. Juro. É jazz do  
coração. É prosa que dá prêmio. Um tea for two  
total., tilintar de verdade que você seduz,  
charmeur volante, pela pista, a toda. Enfie a  
carapuça.  
E cante.  
Puro açúcar branco e blue.*

Ana Cristina César.

*À minha família e meus amigos.*

## Agradecimentos

Agradeço à minha mãe, ao meu pai, minha avó e minha irmã.

Agradeço ao professor Ailton.

Agradeço ao Fábio, Paty, Deb e Klênio.

E agradeço a todos aqueles que contribuíram, de alguma forma, para mais esta conquista.

## Sumário

RESUMO .....	1
ABSTRACT .....	2
Capítulo 1 - Introdução e Justificativa .....	3
1.1 Instrumentos para a pesquisa em Ciências Sociais .....	5
1.1.1 Objeto .....	5
1.1.2 O Processo Metodológico .....	5
1.1.3 A relação Sujeito X Objeto e Estratégia de Abordagem em Pesquisa .....	6
Capítulo 2 - Responsabilidade Social e a Globalização .....	10
2.1 Mercado Global e Livre Comércio nos Países em Desenvolvimento .....	10
2.2 A trajetória do fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial .....	12
2.3 Ambientes Organizacionais e Partes Interessadas .....	14
2.4 O conceito de “Responsabilidade Social” .....	21
2.4.1 Responsabilidade Social não é Filantropia .....	24
2.4.2 Marketing Social e Conscientização dos Consumidores: As novas formas de consumo .....	26
Capítulo 3 – Responsabilidade Social e Políticas Sociais .....	31
3.1 A reestruturação política e econômica do Estado Nacional .....	31
3.2 Sobre o Conceito de Políticas Sociais .....	33
3.3 Políticas Sociais: Gasto ou Investimento? .....	35

Capítulo 4 – Gestão da Responsabilidade Social .....	39
4.1. Princípios e Diretrizes Internacionais para promover a Responsabilidade Social.....	39
4.2 Normas para a padronização dos Sistemas de Gestão .....	45
4.2.1 A “Família” ISO .....	45
4.2.2 SA 8000.....	47
4.2.3 ABNT NBR 16001 .....	49
4.3 Instrumentos e Ferramentas para a Gestão de Responsabilidade Social .....	52
4.3.1 Indicadores de Desempenho em Responsabilidade Social.....	53
4.3.2 IDH e Pegada Ecológica.....	55
Capítulo 5 – A percepção do Empresariado Macaense, do Setor de Serviços da Indústria do Petróleo, em relação à Adoção de Práticas Socialmente Responsáveis .....	59
5.1 O contexto local: Macaé e a Região Norte Fluminense .....	59
5.2 A Petrobras e o complexo petrolífero.....	60
5.3 Análise dos dados .....	63
Considerações finais .....	81
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS: .....	84
ANEXOS: .....	92
ANEXO1 .....	93
Indicadores de Desempenho de Responsabilidade Social.....	93
ANEXO 2.....	106
Questionário utilizado para a realização das entrevistas estruturadas.....	106





## RESUMO

O presente trabalho é um esforço para o entendimento e compreensão de questões relacionadas ao fenômeno da Responsabilidade Social aplicado às empresas, incluindo seu contexto de surgimento, formas de adoção e incorporação, métodos e ferramentas para sua aplicação e análise. Desta forma, serão levantadas algumas possibilidades de obter-se melhoria no ambiente de trabalho e na qualidade de vida dos trabalhadores através de ações, programas e políticas sociais desenvolvidas pelas empresas que adotam diretrizes e requisitos de Responsabilidade Social em sua política, missão e valores, logo, em suas práticas cotidianas. Para além das questões teóricas e conceituais abordadas, apresentaremos um estudo sobre a percepção do empresariado macaense do setor de serviços, da indústria do petróleo, sobre a adoção de práticas socialmente responsáveis, e suas peculiaridades, considerando o contexto global e local, assim como as relações comerciais e econômicas que vieram a legitimar esta recente mudança no comportamento empresarial.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Social, Empresas, Macaé, Políticas Sociais.

## ABSTRACT

Responsibility phenomenon, as applied to companies, including emergence context; forms of adoption and incorporation; methods and tools for application and analysis. In this manner, we shall raise some possibilities of obtaining improvements in the work environment and in workers' quality of life through actions, programs and social policies developed by companies that adopt Social Responsibility directives and requirements in their policies, mission and values, and therefore, in their day-to-day practices. Beyond the theoretical and conceptual considerations approached, we shall present a study about perception of the petroleum services corporate sector of the city of Macaé regarding the adoption of socially responsible practices, and its peculiarities, considering global and local contexts, as well as the commercial and economic relations that legitimized this recent change in corporate behaviour.

**Key words:** Social Responsibility; Companies; Macaé; Social Policies.

## Capítulo 1 - Introdução e Justificativa

“Não existe uma ciência social livre de pressupostos valorativos. O que existe é a luta constante, que extravasa o domínio da Ciência, pela atribuição prática de um sentido ao mundo e pela sustentação diante das alternativas concretamente existentes.” (Weber, 1998)

As inúmeras transformações sociais, econômicas e políticas observadas nas últimas décadas resultaram, invariavelmente, na inclusão de novos temas para debate em diversos segmentos da sociedade. Esclareça-se, passaram a configurar novos e intrigantes fatos sociais. A partir de tal constatação, desenvolve-se o presente trabalho com o fito primordial de descortinar parte de um recente fato social cujos impactos podem ser claramente notados pela sociedade: o fenômeno da Responsabilidade Social, seus efeitos e suas aplicações.

Alheio ao desejo de desmerecer boas práticas e posturas empresariais diferenciadas, assim como a real mudança de comportamento do consumidor comum, faz-se necessária a compreensão acerca do contexto em que tal fato se deu e das possíveis motivações que o levaram a prática.

Neste momento, admitimos que o leitor pudesse se perguntar o quanto este fenômeno, a Responsabilidade Social Empresarial, não estaria sendo supervalorizado ou coberto de preciosismo e excessos. No entanto, torna-se de extrema importância o reconhecimento do poder de influência que as relações econômicas, comerciais e, principalmente, trabalhistas exercem sobre a vida cotidiana de cada cidadão comum e, assim, considerar a relevância do tema como objeto de estudos acadêmicos quanto de interesse individual.

Com o fim de ilustrar a argumentação anterior, devemos considerar que no universo das 100 maiores entidades econômicas do mundo, 49% são países e 51% são empresas<sup>1</sup>. Esta afirmação leva-nos a uma melhor visualização do enorme poder de penetração e transformação política, econômica e social que possuem estas organizações, as empresas,

---

<sup>1</sup> PENA *apud* FLEXA, 2007. p.32.

além de desmistificar a idéia primordial de que os cofres públicos são maiores e mais robustos que os privados.

Em se tratando da extensão da influência corporativa em escala individual, devemos admitir que a realidade social contemporânea é de uma sociedade urbanizada e modernizada, mesmo para países em desenvolvimento, cujos indivíduos, se não estão inseridos no mercado de trabalho formal, desejam estar à serviço das empresas locais e multinacionais.

Para além das questões econômicas e políticas, a população economicamente ativa, ocupada no emprego formal, passa, no mínimo, um terço do seu dia no local de trabalho, onde está sujeita a uma série de regras e normas, à cultura organizacional, assim como aos hábitos, costumes e demais conceitos e valores. Este conjunto de valores, logo, regras de conduta, não restringem ao ambiente corporativo, uma vez que o colaborador de uma empresa, o empregado, operário ou funcionário, é em outros contextos pai, mãe, filho, amigo, conselheiro.

De maneira a sustentar a coerência e o compromisso intelectual de subsidiar o desenvolvimento regional por meio da construção de conhecimento, proposta maior do idealizador dessa Universidade Estadual, este trabalho de pesquisa foi realizado com foco na observação do crescimento e desenvolvimento do aglomerado petrolífero no município de Macaé, situado na Região Norte Fluminense. O início desse processo deu-se com a instalação e operação da Petrobras a partir da década de 1970, principal responsável pela dinamização econômica, pela atração de novas empresas, pelo aumento da oferta de empregos e postos de trabalho, assim como mudanças culturais e sociais ocasionadas pela chegada de imigrantes, como a forte atuação organizacional enquanto promotora de valor para a população através de seus colaboradores.

Ainda que este trabalho de pesquisa não utilize um objeto próximo ao tipo ideal esperado, a sua proximidade à Universidade Estadual do Norte Fluminense e a influência direta que exerce em todos os municípios da região vem a justificar a pertinência deste estudo que será desenvolvido nos capítulos subseqüentes.

## **1.1 Instrumentos para a pesquisa em Ciências Sociais**

### **1.1.1 Objeto**

“(...) um objeto construído significa relação diversa entre o sujeito e o objeto, a começar pela sua problematização. Não é da ordem do discurso formal, do relato, mas do diálogo, do confronto. O sujeito é incapaz de apenas descrever, retratar o objeto como se fosse mera fotografia.” (DEMO, 1995:28)

O escopo do presente trabalho é a observação/análise da percepção do empresariado macaense do setor de serviços, em especial da indústria do petróleo, acerca do entendimento sobre adoção de práticas socialmente responsáveis, bem como a discussão teórica e conceitual da Responsabilidade Social no contexto local e global.

Mister considerar, em primeiro, que o limite temporal é marcado pela contemporaneidade. Desta feita, como o trabalho é a continuação da investigação do fenômeno da Responsabilidade Social, há de se delinear que o marco temporal compreende o período de 2005 a 2009.

### **1.1.2 O Processo Metodológico**

A primeira etapa do trabalho consistiu no levantamento bibliográfico sobre o tema, incluindo-se a leitura e análise de livros, artigos, trabalhos acadêmicos, revistas especializadas, material publicitário, balanços sociais e ambientais, normas e documentos institucionais, páginas da internet, sites corporativos, cursos e demais materiais bibliográficos disponíveis sobre o assunto.

A segunda etapa foi voltada para a elaboração de questionários (entrevistas estruturadas) a serem utilizados como guia na pesquisa de campo e para a construção do recorte e amostra das empresas a serem visitadas, processo o qual será detalhado nos itens subseqüentes.

Uma vez definido o escopo da pesquisa e realizada a coleta de dados, a metodologia utilizada para consolidação, tratamento e tabulação dos dados envolvia a tarefa de traduzir dados qualitativos, provenientes de respostas abertas - onde era dado ao entrevistado liberdade para se expressar utilizando as próprias palavras, conceitos e expressões - em

dados quantitativos passíveis de utilização na construção de gráficos e tabelas demonstrativas.

Esta terceira etapa do trabalho de pesquisa transcorreu por meio da leitura e análise dos questionários de entrevista estruturada e na identificação de categorias presentes nos discursos (respostas) interpretadas conforme seu sentido e significado.

A quarta etapa foi dedicada ao levantamento do número de ocorrências (citação) das categorias identificadas quando de uma pergunta, de forma a obter dados quantitativos (números) capazes de representar a realidade observada.

A presente metodologia - que envolveu desde a decisão pelo uso de entrevistas estruturadas, até o tratamento e disposição dos dados - foi assim definida por atender a uma das maiores preocupações do pesquisador, que era não induzir o entrevistado, apresentando opções fechadas, respostas prontas ou um vocabulário técnico. Ressalte-se que não passou despercebido o fato de as referidas entrevistas nem sempre se apresentarem como a forma mais simples de obter respostas. No entanto, a intenção era de, através da maior liberdade oferecida nas respostas, identificar o grau de desenvolvimento e complexidade das práticas realizadas por meio da clareza e objetividade nas respostas e expressões utilizadas.

### *1.1.3 A relação Sujeito X Objeto e Estratégia de Abordagem em Pesquisa*

“Não existe uma ciência social livre de pressupostos valorativos. O que existe é a luta constante, que extravasa o domínio da Ciência, pela atribuição prática de um sentido ao mundo e pela sustentação diante das alternativas concretamente existentes.” (Weber, 1998)

É de notório conhecimento o fato de que, nas pesquisas em Ciências Sociais, o contexto e a trajetória pessoal do pesquisador devem ser considerados objetos de análise e alvos de atenção nas considerações metodológicas. Uma vez admitida a inexistência de “neutralidade” e “objetividade” científica espera-se, sempre, que parta do pesquisador a iniciativa de delimitar as externalidades e diversos aspectos que possam vir a influenciar sua perspectiva, tanto na escolha do objeto, quanto no recorte do mesmo, numa atitude de mais profunda honestidade intelectual. E se é assim, necessária se faz a narrativa da trajetória

peçoal vivenciada nos estudos relacionados às ações voltadas para Responsabilidade Social.

O primeiro contato com o tema se deu no período entre 2004 e 2005, quando participava do projeto de Pesquisa Integrado "Cadeias Produtivas", financiado pela FAPERJ, com ênfase no Complexo Produtivo do Petróleo - Bacia de Campos/Macaé RJ. Nesse momento, atuando na função de bolsista de iniciação científica, surge a oportunidade de visita a diversas empresas do seguimento petrolífero e, dessa forma, observar toda sorte de conseqüências advindas do desenvolvimento local impulsionadas pela crescente produção petrolífera e instalação da Petrobrás. O que se desenhava era uma reconfiguração dos atores locais, destacadamente no cenário econômico e institucional. Muitos foram os fatores para que o processo de aglomeração fosse intensificado no local, como a Lei 9.4779/97 - popularmente conhecida como Lei do Petróleo - que veio estabelecer regras para concessão do direito ao exercício dessas atividades no país que, anteriormente, eram ditadas tão-somente pela BR. Com a abertura do mercado, o município de Macaé recebeu inúmeras empresas interessadas nos negócios relacionados à indústria do petróleo, principalmente no setor de serviços. Nesse contexto, iniciou-se a experiência no campo e o interesse pelo comportamento do empresariado local.

A primeira dificuldade a se apresentar foi com relação à quantificação e classificação das empresas locais. Após consulta a organizações do setor e órgãos da administração pública, constatou-se que, se havia uma relação das empresas atuantes no município, essa listagem não nos seria disponibilizada. Após várias entrevistas e reuniões, optamos pela construção de uma amostra simplificada, determinada pelo responsável técnico da pesquisa, que viesse a trazer luz aos questionamentos levantados.

No entanto, a maior dificuldade se deu quando efetivamente foram agendadas as visitas nas empresas a serem entrevistadas. Revelou-se um campo absolutamente refratário à presença e atuação do pesquisador. Ainda que fossem explicitadas as condições de financiamento da pesquisa, seus objetivos e a forma como os dados seriam tratados, não obtivemos o sucesso esperado na abordagem com o empresariado macaense. Fatos e acontecimentos externos, envolvendo outras instituições de ensino e pesquisa, foram determinantes para criação de uma percepção distorcida por parte do empresariado em relação à pesquisa e as instituições. Ainda assim, foram realizadas entrevistas em um número de empresas considerável e, afinal, podem ser considerados os resultados como satisfatórios.



Com efeito ilustrativo, um dos empresários - dirigente de uma empresa de pequeno porte que manufacturava e comercializava contêineres para dormitórios para a Petrobrás - nos relatou, em entrevista, sobre a necessidade de adequação e cumprimento de uma série de exigências contratuais com relação às condições de trabalho. Exigências tais que envolviam saúde, segurança e benefícios, entre outros temas. Nesta oportunidade, o empresário em questão revelou a necessidade de investir em Responsabilidade Social devido à exigência imposta pelo seu maior e único cliente.

O assunto, até então pouco explorado e divulgado, tornou-se alvo de nossa atenção especial e objeto de pesquisa nos anos subseqüentes. O ano de 2005 foi dedicado ao estudo do fenômeno da Responsabilidade Social Corporativa nas empresas de petróleo, ainda no município de Macaé. A idéia inicial do trabalho seria aprofundar o conhecimento com relação à atuação da Petrobrás na região e sua influência na mudança de comportamento do empresariado macaense através dos requisitos contratuais a serem cumpridos. Ao fim de 6 meses de contato com um dos responsáveis pelo setor e diversas entrevistas adiadas e remarçadas, surge a confirmação de que não haveria colaboração por parte do representante da empresa para conversar sobre o assunto. Desta forma, foi necessária a adaptação do objeto de pesquisa, pela 'opção' de não trabalhar a 'não resposta' como dado, e em fevereiro de 2006, o trabalho "RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: O CASO DO BALANÇO SOCIAL E AMBIENTAL PETROBRAS 2004" foi apresentado a uma banca multidisciplinar e aprovado, possibilitando a obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais.

A insatisfação com os resultados obtidos, e havendo ainda um sem-número de questões a serem respondidas sobre o assunto, resultou na permanência do tema nos estudos a serem realizados durante o curso do mestrado em Políticas Sociais CCH/LEEA/UENF iniciado no ano de 2006.

Realizada a pesquisa bibliográfica sobre o assunto e atualização teórica sobre o mesmo, foi definido o objeto geral de pesquisa e a estratégia de abordagem a ser utilizada. Disponibilizando de conhecimento prévio sobre o campo e as diversas dificuldades no acesso a dados e respostas, delineamos a estratégia de pesquisa a ser adotada que consistia em:

- Integrar as questões sobre Responsabilidade Social ao final do questionário referente à Pesquisa FORMAÇÃO DO COMPLEXO PETROLÍFERO DA REGIÃO NORTE FLUMINENSE que, no momento, estava sendo realizada no

Laboratório de Estudos do Espaço Antrópico (LEEA), Setor de Estudos Urbanos e Regionais, sob orientação do professor Dr. Ailton Mota de Carvalho.

- Definir, juntamente com as bolsistas do projeto, a fonte que seria utilizada para a definição da amostra.
- Elaborar o questionário que serviria como norteador das entrevistas estruturadas.
- Definir a amostragem de pesquisa.
- Agendar das entrevistas nas empresas.
- Organizar a logística e definição das duplas de trabalho.
- Orientar e treinar toda a equipe quanto à coleta de dados e informações relevantes.
- Tabular os dados.

O trabalho de campo e coleta de dados foi conduzido no período compreendido entre Setembro e Outubro de 2007<sup>2</sup>, contemplando 20 empresas do setor de serviços ligadas à indústria do petróleo instaladas no município de Macaé. A amostra inicial, construída a partir da listagem de empresas disponibilizada na Revista de Negócios *Click Macaé*, contava com 40 empresas do setor. Entretanto, apenas 20 empresas se dispuseram a nos receber com o objetivo de fornecer informações sobre sua atuação local, participação e ações voltadas para a promoção da Responsabilidade Social.

Necessário dizer que, algum tempo após o término da coleta e tabulação de dados, tive a oportunidade de começar a trabalhar, efetivamente, no processo de diagnóstico e implantação do sistema de gestão de Responsabilidade Social em uma grande empresa logística do país, voltada para transporte ferroviário, por meio da atuação como consultora em uma empresa especializada em consultoria e assessoria em sistemas gestão em Qualidade, Saúde e Segurança do Trabalho, Meio Ambiente e Responsabilidade Social.

A experiência no mercado suscitou novas questões e proporcionou um maior amadurecimento sobre o assunto o que, inevitavelmente, influenciou na forma de abordar o tema, assim como na análise crítica dos dados. Desta forma, reconhecendo e apontando os vieses que permeiam o presente trabalho, apresento esta breve contextualização do campo e a pesquisa.

---

<sup>2</sup> O trabalho de campo foi realizado por 3 duplas de pesquisadoras que trabalham na coleta de dados de forma simultânea nos dias 24/09/07, 08/10/07, 15/10/07, 22/10/07, 24/10/07 e 29/10/07.

## Capítulo 2 - Responsabilidade Social e a Globalização

### 2.1 Mercado Global e Livre Comércio nos Países em Desenvolvimento

Após mais de duas décadas de profundas reformas estruturais induzidas pelo discurso hegemônico – abertura, privatização e exposição à concorrência internacional – o grau de vulnerabilidade externa da maioria dos grandes países da periferia mundial aumentou bastante, segundo Gilberto Dupas<sup>3</sup>. As promessas de uma maior participação no comércio internacional, em geral, se efetivaram. No entanto, as economias emergentes não se beneficiaram o suficiente. O mercado mundial cresceu muito além dos PIB's (Produto Interno Bruto), e tamanha explosão do crescimento deve-se ao fragmentação da produção das empresas transnacionais que, com a globalização, levaram seus produtos e empresas para mais perto dos consumidores e, ainda, de meios de produção mais baratos (mão-de-obra, insumos e demais fatores de produção).

Apesar de muitos economistas demonstrarem as diversas vantagens do livre comércio mundial, tais doutrinas foram tipicamente originárias de países onde um poder dominante se defronta com a rigidez, restrições ou monopólios que deseja destruir, por considerá-los obstáculos a um maior crescimento de suas empresas, de suas indústrias<sup>4</sup>. Se as grandes corporações acreditam em suas capacidades de destruírem os rivais em potencial, obviamente preferirão um mercado aberto, livre de restrições.

Dupas vem reafirmar as questões relacionadas com a produção e o mercado de trabalho, uma vez que o novo modelo global de produção agrava a exclusão social no que se refere às tendências de aumento geral do desemprego formal e à flexibilização do trabalho<sup>5</sup>. Segundo Gómez Pérez:

As inovações tecnológicas a serviço do livre mercado e do incremento do benefício do capital não supõem a liberação dos trabalhadores das tarefas mais onerosas, nem o incremento generalizado do ócio para a maioria da população, mas se converte numa negra ameaça à estabilidade do trabalho, num fator inevitável de incremento do desemprego e da conseqüente ansiedade.<sup>6</sup>

Desta forma, a política de abertura comercial possui várias faces. Países desenvolvidos, de forte economia e empresas consolidadas, impõem regras e padrões cada vez mais difíceis de serem cumpridos pelas economias emergentes. E através de um

---

<sup>3</sup> DUPAS, 2001/2002, p.78.

<sup>4</sup> Ibid., p.81.

<sup>5</sup> DUPAS *apud* ARAÚJO, 2006.

<sup>6</sup> GOMEZ PEREZ *apud* ARAÚJO, 2006.

protecionismo disfarçado, se deparam com um mercado mundial aberto e sem restrições, enquanto mantêm suas empresas e economias protegidas pelas normas que elaboram, além de promoverem um ambiente de instabilidade e insegurança no que tange às questões relacionadas ao emprego.

Com o livre mercado, a necessidade de um órgão multilateral capaz de regular as transações comerciais entre os países tornou-se imperativa, culminando na criação, em 1995, da Organização Mundial do Comércio (OMC) que assumiu as funções do então, extinto, Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT). A OMC assumiu a responsabilidade pela negociação e supervisão das regras do comércio internacional, constituindo um tribunal para os conflitos do comércio, com poder de autorizar os membros vencedores a retaliarem os membros perdedores, caso tais membros não cumprissem com as decisões tomadas.

Diversos problemas envolvem as negociações comerciais internacionais, principalmente no que diz respeito à imposição de regras a países periféricos por países centrais, que acabam por se configurar em verdadeiras barreiras. Tais imposições estão ligadas, normalmente, às questões trabalhistas, sanitárias, ambientais. Alguns países centrais se valem do argumento de que empresas atuantes em países cuja legislação trabalhista é mais flexível e permissiva, obtêm um menor custo de produção e que esse fato acarretaria distorções no mercado. Outra discussão está ligada às questões sanitárias, onde as exigências são cada vez maiores e embargos e boicotes a produtos cuja origem pertence a países periféricos, ocorrem indiscriminadamente, sem que haja qualquer comprovação científica para o fato.

Na tentativa de resolução do problema sobre a diversidade legislativa, a OMC vem tentando estabelecer um acordo no qual os regulamentos para as negociações comerciais derivem de normas internacionais, desenvolvidas por órgãos internacionais, como a ISO.<sup>7</sup> Desta forma, se analisarmos as questões que envolvem o livre comércio, o fim do Estado Provedor, a Globalização, as exigências do mercado internacional, OMC, as barreiras e o protecionismo comercial, poderemos vislumbrar o entendimento das origens e fundamentos que levaram às grandes empresas a investirem na promoção social, no bem-estar dos funcionários, na boa relação com clientes, acionistas, fornecedores, no respeito às leis trabalhistas, na preservação ambiental, na formulação de uma ética e moral empresarial sadia, no incentivo a solidariedade e confiança, enfim, nas práticas socialmente responsáveis.

---

<sup>7</sup> THORSTENSEN, 2001/2002, p.101.

## **2.2 A trajetória do fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial**

Foi na década de 50, do século XX, que pudemos observar as primeiras manifestações que marcaram a introdução da ética aplicada aos negócios. Naquele momento, a maior preocupação das empresas, nesse sentido, era reduzir os impactos negativos gerados por seus produtos e serviços sobre o meio ambiente e sociedade. As ações, naquele período, voltavam-se para o abandono de alguns produtos, notadamente, perniciosos ao homem e ao meio ambiente<sup>8</sup>. O conceito de Responsabilidade Social, disseminado nessa época, e talhado por Bowen afirmava que o comportamento empresarial “(...) refere-se a obrigações dos homens de negócios para seguir políticas, decisões ou ainda linhas de ação desejáveis em termos de objetivos e de valores de nossa sociedade”<sup>9</sup>. Aqui, verifica-se que a Responsabilidade Social ainda não era vista como um compromisso organizacional, institucional, mas sim uma decisão que deveria partir da iniciativa particular e personalizada através dos “homens de negócios”.

O que se tem na década de 60, nos Estados Unidos da América, e na de 70, na Europa – especificamente França, Inglaterra e Alemanha – é uma mudança de comportamento de alguns seguimentos da sociedade que começaram a acompanhar mais atentamente a atuação das empresas com relação a temas ambientais e sociais.

No entanto, o repentino interesse da sociedade americana e europeia pelo comportamento das empresas, para além das questões financeiras e empregatícias, não aconteceu aleatoriamente. Foi devido ao repúdio da população à Guerra do Vietnã que se deu início a um movimento de boicote à aquisição de produtos e maior questionamento das ações de algumas empresas ligadas ao conflito. Empresas envolvidas diretamente na Guerra e tendo como finalidade única o lucro começavam a ser cobradas, questionadas, e uma nova postura ética era exigida. Com o objetivo de tornar mais transparentes suas ações, as empresas, passaram a prestar contas e a elaborar e divulgar anualmente relatórios contendo informações de caráter social que resultaram no que hoje podemos chamar de balanço social.<sup>10</sup>

Uma concepção diferenciada acerca da aplicação e abrangência da Responsabilidade Social das empresas, do ponto de vista da propriedade e da iniciativa, foi divulgada e disseminada por Friedman, na década de 1980. Tal concepção preconizava

---

<sup>8</sup> FLEXA, 2007. p.33.

<sup>9</sup> BOWEN *apud* FLEXA, p. 34

<sup>10</sup> TORRES, 2003.

que a responsabilidade da empresa é maximização dos lucros, de forma que a sociedade se beneficiaria por intermédio da melhoria e aumento da riqueza da sociedade. O autor acreditava que a gestão da Responsabilidade Social deveria ficar a cargo de outras instituições, como igrejas, sindicatos, governos e organizações sem fins lucrativos.<sup>11</sup>

Contudo, observou-se que as críticas economicistas sobre a atuação social das empresas não foram suficientes para reprimir a legitimação de conceitos como Desenvolvimento Sustentável, amplamente discutido na atualidade, e que tomou visibilidade a partir da publicação e divulgação do Relatório *Brundtland*, em 1987, produzido a partir de uma súmula da Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento, promovida pela ONU, sobre o tema “*Nosso Futuro Comum*”. Desenvolvimento Sustentável foi, então, definido pela comissão como o “*desenvolvimento que busca atender as necessidades da geração presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações de atender suas próprias necessidades*”, e tornou-se bandeira dos ativistas e entusiastas da questão.<sup>12</sup>

As idéias e novas formas de gestão e relacionamento com as partes interessadas, através das práticas de Responsabilidade Social, encontraram maior penetração entre as organizações e conquistaram maior adesão a partir dos anos 90, do século passado, após a pressão social que levou aos debates da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente (CNUMAD), realizada em 1992, no Rio de Janeiro, sobre o desenvolvimento sustentável, onde o principal tema discutido foi a insustentabilidade das economias e modelos hegemônicos de produção e consumo.<sup>13</sup>

Verificou-se, nesse período, que a responsabilidade das empresas deveria ultrapassar os aspectos normativos, englobando os contextos externos em suas preocupações corporativas, por meio de noções relacionadas às questões sociais, culturais e ambientais, uma vez, que estes contextos influenciam de forma significativa nas atividades operacionais das empresas.

Outro ponto a ser destacado e que veio a impulsionar o movimento da Responsabilidade Social, diz respeito à incorporação da perspectiva e orientação com foco nos clientes e acionistas (principalmente através da disseminação e adesão à norma ISO 9001 – Qualidade Total) que possuem suas próprias prerrogativas e ultrapassam o mero objetivo do lucro. A mudança no foco serviu também para a reestruturação das

---

<sup>11</sup> FLEXA, 2007. p.35.

<sup>12</sup> MALFANCINI, 2006.

<sup>13</sup> DIAS, 2008, p.245.

organizações que passaram a adotar configurações mais horizontalizadas, onde haveria uma maior distribuição de atribuições e responsabilidades com relação à empresa e ao cliente.

Ainda que o marco histórico, que demonstra o real compromisso das organizações nacionais com as questões voltadas para o meio ambiente e ambiente organizacional, seja a ECO Rio 92, no Brasil, segundo Torres, os ventos desta mudança na gestão empresarial já podiam ser notados na “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas” desde a sua publicação, em 1965, pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil).<sup>14</sup>

A ADCE Brasil, dentre os objetivos que almeja, pretendia, já nesse período, assegurar a importância da empresa para a sociedade e para o desenvolvimento socioeconômico do país afirmando que “*A empresa, além de sua função econômica de produtora de bens e serviços, tem a função social que se realiza através da promoção dos que nela trabalham e da comunidade na qual se integra*”<sup>15</sup>.

### **2.3 Ambientes Organizacionais e Partes Interessadas**

O principal pressuposto que sustenta o conceito de “Responsabilidade Social” é a ciência de que as empresas não atuam em ambientes hermeticamente fechados, e que, logo, estão sujeitas a todo tipo de influência externa a seus muros e mesmo alheia a suas atividades. Tal pressuposto passou a fazer parte dos paradigmas da administração empresarial, a partir da década de 60, com a difusão da Teoria Contingencial, proposta inicialmente por Burns e Stalker, em seu livro *The management of innovation*.<sup>16</sup>

O próprio conceito de contingência nos remete à idéia de “*fato imprevisível ou fortuito que escapa ao controle*”, tornando clara a maior abrangência de aspectos e fatores considerados em qualquer análise ou estratégia empresarial construída com base na Teoria Contingencial. A Teoria Contingencial parte da afirmação que as organizações são sistemas abertos, com esquemas específicos de interações entre os vários subsistemas com os quais se relaciona e que possuem singularidades e particularidades tanto no aspecto interno, quanto no aspecto externo. Dessa forma, Dias, apoiado nas proposições teóricas de Singh, House e Tucker, nos fala que:

---

<sup>14</sup> TORRES, 2003.

<sup>15</sup> ASSOCIAÇÃO DE DIRIGENTES CRISTÃOS DE EMPRESAS DO BRASIL, 2005.

<sup>16</sup> DIAS, 2008, p.105.

A teoria da contingência defende que não existem formas de organização totalmente eficientes, e que a melhor forma dependerá sempre da natureza do entorno com o qual a organização interage. De acordo com essa abordagem, os enfoques universalistas defendidos por muitos autores não são válidos diante de qualquer situação da organização ou de seu entorno. Para os defensores do enfoque contingente, as organizações que ajustam a sua estrutura com as características do contexto – tamanho, entorno e tecnologia – têm maiores possibilidades de alcançar melhores resultados e maiores taxas de sobrevivência.<sup>17</sup>

No momento em que os teóricos da administração começam a considerar a necessidade de observação e adequação organizacional ao contexto na qual está inserida, podemos verificar o surgimento de novos fatores e atores que antes, se lembrados, não faziam parte do elenco de preocupações a serem realmente consideradas no momento da decisão estratégica empresarial. Dessa forma, vemos a crescente demanda social, impulsionada pelo contexto global e o comportamento do mercado e consumidores, e as mudanças estruturais na forma de atuar das empresas, legitimar-se através do instrumental teórico e metodológico necessário para a inserção de um maior número de fatores, públicos e atores na construção de seus cenários futuros e delimitação de suas ações.

Realizada a contextualização no qual observamos a entrada de novos fatores e atores de influência para a sobrevivência das empresas no mercado global, devemos categorizar esse espaço de atuação através da delimitação dos ambientes organizacionais.

Uma empresa, ou organização, ao constituir-se no tempo e espaço, se estrutura configurando o ambiente. O ambiente organizacional não precede a organização ou empresa, pois é constituído durante o processo de construção e estruturação organizacional.

Dessa forma, Dias define o conceito de ambiente organizacional como “(...) *os vários aspectos da realidade social e natural que, de um modo ou de outro, podem afetar a organização e podem ser afetados por ela. Entre esses se destacam as questões econômicas, ecológicas, tecnológicas, culturais, políticas, legais, climáticas, entre outras*”<sup>18</sup>. Os *stakeholders*<sup>19</sup>, públicos de interesse e/ou partes interessadas integram o ambiente organizacional como um todo, estando inseridos dentro do macroambiente ou do microambiente de acordo com suas particularidades.

---

<sup>17</sup> DIAS, 2008, p.106.

<sup>18</sup> DIAS, 2008, p.234.

<sup>19</sup> Por **Stakeholders** entendemos partes interessadas ou partícipes. Ou seja, em um amplo sentido, se trata de qualquer indivíduo, grupo ou organização que pode ser afetada pelas atividades da empresa; em uma versão mais estrita, os indivíduos, grupos ou entidades identificáveis que dependem da empresa para sua sobrevivência. Trad. por Mageste, Verônica V. (LAFUENTE *et al*, 2003, p.7).

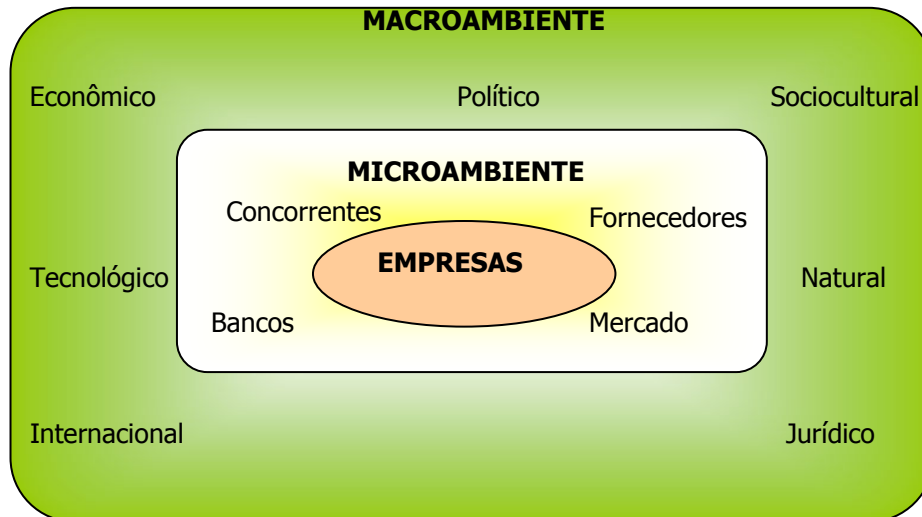


O macroambiente é composto por fatores gerais e externos, aqueles que não fazem parte do cotidiano operacional da empresa e sobre os quais a mesma não pode ter influência direta. O macroambiente é comum para empresas e organizações que coabitam a mesmo espaço físico e geográfico. Podemos encontrar dentre os fatores e setores que integram o macroambiente, o público externo, por exemplo.

O microambiente é específico e facilmente entendido quando relacionamos as atividades operacionais da empresa ou organização, através da sua atuação no mercado, seus negócios e cotidiano operacional. É no microambiente que as decisões empresariais possuem maior peso e influência. São fatores e setores que integram o microambiente: clientes, fornecedores, concorrentes, mercado de trabalho e seu público interno, por exemplo.

Abaixo, uma ilustração do ambiente organizacional:

**Figura 1**



Elaboração própria.

Fonte: Adaptado de Reis – p.235

Nos ambientes organizacionais verificamos a presença dos *stakeholders*, expressão que significa “*o que sustenta o risco*”, e que faz referência a um grupo de interesse que afeta ou é afetado pelas atividades da empresa<sup>20</sup>. Esse grupo pode ser denominado também por partes interessadas ou público de interesse e sua principal característica diz respeito ao fato de serem diretamente, ou indiretamente, afetados pelos aspectos e impactos sociais, econômicos e ambientais que as empresas geram ao realizar seus produtos e serviços.

A ABNT, em sua norma voltada para a Responsabilidade Social define impacto social como: “*Qualquer modificação do meio ambiente, contexto econômico ou contexto social, adversa ou benéfica, que resulte, no todo ou em parte, das relações, processos, atividades, produtos e serviços de uma organização*”<sup>21</sup>.

Nos documentos e normas que auxiliam as empresas na implantação e certificação de seus sistemas de gestão, é afirmado que um impacto é resultado de um aspecto. Logo, as empresas em suas relações, processos, produtos e serviços, ao interagirem com meio

<sup>20</sup> FREEMAN, apud FLEXA. p.34.

<sup>21</sup> NBR ABNT 16001

ambiente, contexto econômico e contexto social, geram o aspecto<sup>22</sup>. Um aspecto pode se desdobrar em diversos tipos de impactos, conforme sua criticidade e complexidade.

Exemplificando, uma empresa de transporte ferroviário de cargas, que atravessa diversos municípios, incluindo sua zona urbana, e que tem o volume de carga para transportar aumentado, gera diversos tipos de impactos. O aumento do volume de carga a ser transportado é o aspecto. O maior tempo que as pessoas e automóveis levarão para atravessar os pontos cortados pela malha ferroviária é um impacto social e econômico negativo. O aumento do risco de atropelamentos e acidentes é um impacto social negativo. A geração de renda e o aumento de trabalho, logo, empregos, é um impacto positivo. No entanto, qual o interesse da empresa em manter a população local satisfeita com sua atuação e menos aborrecida com os impactos gerados? A empresa, nesse caso, possui alguns bons motivos para desejar que a população não se sinta prejudicada pela sua atuação, como: necessidade de manutenção da boa imagem corporativa, de “*empresa cidadã*”; evitar menções negativas na mídia gratuita; evitar que a população se organize e realize movimentos contra a empresa, de forma a impedir o tráfego das locomotivas, por exemplo.

Outra situação interessante, ainda relacionada ao transporte ferroviário de cargas, a ser analisada no exercício de entendimento dos aspectos e seus impactos sobre as partes interessadas é a questão do transporte de produtos perigosos. Ainda que a empresa esteja em conformidade com as leis e normas que estabelecem parâmetros de segurança para esse tipo de atividade, acidentes fazem parte do risco do negócio e podem ocorrer a qualquer momento. Para além das sanções penais instituídas pela Lei de Crimes Ambientais ou Lei da Natureza - Lei nº 9.605/98<sup>23</sup> e demais requisitos legais aplicáveis, um acidente em que haja derramamento de produtos perigosos pode desencadear uma série de impactos ambientais, sociais e econômicos. Dessa forma, o transporte de produtos perigosos é um aspecto, a poluição do meio ambiente, a possível contaminação de mananciais e as perdas econômicas gerada pela contaminação (caso haja nas proximidades do derramamento alguma cidade, comunidade ou povoado que utilize a água, então contaminada, para abastecimento, irrigação, criação de animais ou pesca) são impactos ambientais e econômicos negativos. Suponhamos que as populações impactadas pela contaminação das águas tenham de modificar sua forma de abastecimento ou optar por outra atividade

---

<sup>22</sup> NBR ABNT 16001

<sup>23</sup> <http://www.ibama.gov.br/leiambiental/home.htm#crimesamb>

econômica, esse também será um impacto social e cultural negativo, uma vez que vem a alterar drasticamente o cotidiano das pessoas envolvidas.

Os exemplos de impactos negativos citados acima se referem unicamente a um tipo de parte interessada, ou *stakeholder*, que é o público externo. No entanto, o público interno também é impactado por esse tipo de acontecimento (ocorrência de acidente) caso a empresa não tenha um bom planejamento e plano de emergência. Muitos colaboradores operacionais e administrativos deverão atuar em uma ocasião como esta, alterando seus horários de trabalho e passando por tensões. A mudança na rotina diária do trabalhador comum da empresa, ocasionada pela demanda gerada por uma situação não planejada é também, um impacto negativo.

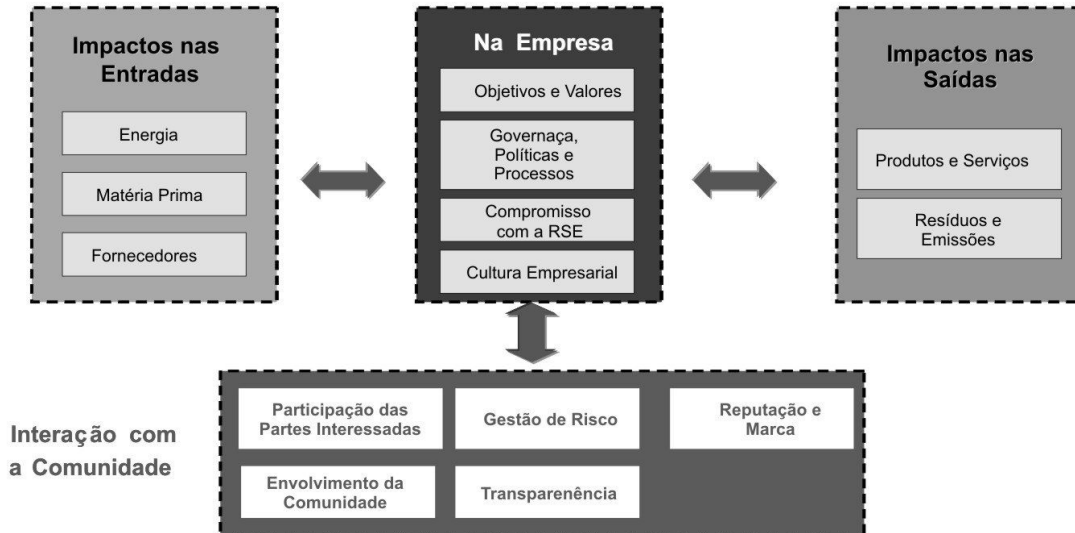
Se pensarmos em uma empresa de atuação intramuros, que não seja classificada como potencialmente poluidora, pelos órgãos de controle responsáveis, e que não apresente grandes riscos à saúde e segurança de seus colaboradores, seu elenco de impactos será reduzido, assim como a extensão dos mesmos. Nesse momento, verificamos a importância de considerar o contexto e o ambiente organizacional na qual a empresa está inserida, como propõe a teoria contingencial, na avaliação da atuação socialmente responsável de uma organização.

Toda esta explanação sobre os conceitos de aspecto e impactos sociais tem o objetivo primordial de introduzir a discussão do conceito de Responsabilidade Social, uma vez que não se pode compreender a atuação responsável de uma empresa, sem antes entender o seu envolvimento com as partes interessadas.

Empresas que se empenham na implantação de um sistema de gestão da responsabilidade social e/ou certificação de seus processos e atividades através das normas disponíveis, se deparam com a obrigação e necessidade de identificar e mapear suas partes interessadas, assim como levantar os aspectos e impactos relacionados às suas atividades e serviços. Não há disponível no mercado, um modelo predefinido a ser adotado para o mapeamento de partes interessadas. O que existe são documentos de referência que proporcionam uma orientação geral para a construção dos procedimentos e formulários, ficando a cargo das empresas escolherem a melhor forma de identificar seus públicos de interesse, conforme sua realidade e contexto.

A figura abaixo representa de forma simplificada o fluxo no qual se dá a ocorrência dos aspectos e impactos no processo de produção nas empresas em geral

**Figura 2**



Fonte: BEZERRA, Rodrigo Braga, 2007:14.

Souza, nos coloca que os impactos de entrada, aqueles que dizem respeito aos insumos necessários à produção, podem ser trabalhados com a adoção de critérios que incorporem as dimensões sociais e ambientais na seleção de fornecedores e prestadores de serviços, a utilização racional de matérias-primas, buscando minimizar a sua utilização e alteração de tecnologias mais limpas no processo.<sup>24</sup>

Sobre os impactos relacionados à saída, aqueles que dizem respeito às emissões e resíduos gerados, como refugo do processo e aos próprios produtos e serviços gerados, *“vale ressaltar que um produto fabricado sob o conceito de responsável é aquele que não expõe o consumidor a riscos, procura ser energeticamente eficiente e possui um processo de disposição adequada ao final de sua vida útil”*.<sup>25</sup>

Dessa forma, observamos que a Responsabilidade Social das Empresas, inicia-se bem antes da produção ou da oferta de seus produtos e serviços aos consumidores, mas que se aplica a toda a sua cadeia de fornecimento por meio de monitoramento e

<sup>24</sup> BEZERRA, 2007.

<sup>25</sup> BEZERRA, 2007, p.15.

acompanhamento do comportamento de seus fornecedores e através da aquisição de insumos básicos para a sua infra-estrutura de produção.

## **2.4 O conceito de “Responsabilidade Social”**

O conceito de Responsabilidade não é fechado, consensual ou definido. O contexto histórico teve primordial influência nas diversas definições talhadas ao longo das décadas desde o advento do fenômeno enquanto prática sistematizada, vista de forma organizacional. Obviamente, os interesses e a posição social de quem as formula, determinam a abrangência e o grau de comprometimento das instituições envolvidas. Dessa forma, propomos a discussão de um elenco de conceitos e definições elaboradas até o momento, considerando que, embora haja divergências, há um “*consenso mínimo*” entre os estudiosos quanto ao fato de que uma empresa socialmente responsável deve:

reconhecer o impacto que suas atividades causam sobre a sociedade na qual está inserida; gerenciar os impactos econômicos, sociais e ambientais de suas operações, tanto ao nível local como global; e, realizar esses propósitos por meio do diálogo permanente com suas partes interessadas, às vezes em parcerias com outros grupos e organizações.<sup>26</sup>

O teórico do assunto, Toldo designa responsabilidade social como:

o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando simultaneamente a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.<sup>27</sup>

Devemos ressaltar que a responsabilidade social não se expressa como uma ação emergencial e pontual das empresas, mas sim, como uma perspectiva, ao longo prazo, onde é de extrema importância que as empresas conscientizem-se sobre seu papel, no sentido de incorporarem em sua missão, em sua cultura e nos hábitos e comportamentos de seus dirigentes e colaboradores a busca do bem-estar da população. Esta incorporação de valores dá-se graças à percepção de que o próprio desenvolvimento da organização depende da sociedade à qual pertencem, num amplo sentido de integração.<sup>28</sup>

Segundo Srour, a Responsabilidade Social parte de uma reorientação cujo objetivo seria deslocar o foco para os outros (públicos de interesse) e modificar a perspectiva temporal, estendendo as preocupações para o futuro. Dessa forma, afirma o autor que:

---

<sup>26</sup> KREITLON *apud* VENTURA, 2005, p.98

<sup>27</sup> TOLDO, 2002, p.82

<sup>28</sup> FÉLIX, 2003

Dobra-se a múltiplas exigências: relações de parcerias entre os clientes e os fornecedores; produção com qualidade ou adequação ao uso com plena satisfação dos usuários; contribuições para o desenvolvimento da comunidade, investimento em pesquisa tecnológica; conservação do meio ambiente, participação dos trabalhadores nos resultados e nas decisões da empresa; respeito aos direitos dos cidadãos; não discriminação de gênero, raças, religiões, etc; investimento em segurança do trabalho e em desenvolvimento profissional.<sup>29</sup>

A definição para Responsabilidade Social, disponibilizada no documento Livro Verde, elaborado pela Comissão Européia, em 2001, é que:

A responsabilidade social das empresas é, essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Neste âmbito, ser socialmente responsável não se restringe ao cumprimento das obrigações legais, implicando ir mais além, mediante um “maior” investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com a comunidade em geral.<sup>30</sup>

Para Melo e Brennand, a idéia de Responsabilidade Social, pode ser associada ao compromisso de contribuir para o desenvolvimento social, ao dever ético da empresa em assegurar transparência e lisura em seus negócios e à preservação do meio ambiente<sup>31</sup>. No entanto, há muitas outras associações. Segundo o teórico Dickson: “*Responsabilidade Social é um conjunto de filosofias, políticas, procedimentos e ações de marketing com intenção primordial de melhorar o bem-estar social.*”<sup>32</sup>

Fraedrich & Ferrel, afirmam que Responsabilidade Social é a obrigação que a empresa assume com a sociedade, ou seja, implica em maximizar os efeitos positivos sobre os *stakeholders* e minimizar os efeitos negativos de suas ações na sociedade. Dessa forma, para atingir tal objetivo os autores dividem a Responsabilidade Social em quatro tipos de responsabilidade:

- 1 - A econômica (que consiste em produzir bens e serviços a preços que satisfaçam a sociedade e os investidores);
- 2 - A legal (que diz respeito às leis que devem ser cumpridas);
- 3 - A filantrópica (relacionada ao comportamento e atividades desejadas pela sociedade que são ditadas pelos valores da empresa) e

---

<sup>29</sup> SROUR, 1998 p.294

<sup>30</sup> COMISSÃO EUROPÉIA. Documentos Oficiais. Disponível em: <[http://europa.eu.int/comm/off/green/index\\_pt.htm](http://europa.eu.int/comm/off/green/index_pt.htm)>. Acesso em: 02/02/06.

<sup>31</sup> MELO NETO & BRENNAND, 2004, p. 3.

<sup>32</sup> DICKSON *apud* MELO NETO & BRENNAND, 2004, p.3.

4 - A ética (que se refere ao comportamento e atividades que a sociedade espera da empresa e que não estão codificados em leis).<sup>33</sup>

Patrícia Almeida Ashley, doutoranda no tema, apresenta uma definição interessante para a Responsabilidade Social Corporativa.

Para Ashley:

Trata-se do compromisso contínuo nos negócios pelo comportamento ético que contribua para o desenvolvimento econômico, social e ambiental, pressupondo a realização de decisões empresariais que sejam resultado da reflexão sobre seus impactos sobre a qualidade de vida atual e futura de todos que sejam afetados pela operação da empresa.<sup>34</sup>

Adriana Muller, em sua dissertação, nos proporciona uma nova expressão: “*Empresa Cidadã*”, que mesmo sendo recente, têm recebido atenção tanto no meio empresarial quanto na mídia. Assim, a autora utiliza a definição de Costa para explicar essa expressão:

Empresa Cidadã:

É uma organização que cria um ambiente agradável de trabalho valorizando seus recursos humanos e é capaz de desenvolver um modelo de gestão integrado onde as pessoas têm o papel decisivo no seu compromisso com relação à comunidade e à sociedade em geral. E ainda, é uma empresa que se organiza e constrói maneiras alternativas de participar, conviver e viver melhor.<sup>35</sup>

Uma empresa cidadã não se interessa apenas pelos resultados financeiros do seu balanço econômico, mas procura avaliar sua contribuição para com a sociedade e se posicionar de maneira pró-ativa frente aos problemas sociais existentes. Entretanto, a prática da cidadania empresarial resulta em ganhos substanciais para a empresa, como o valor agregado à imagem, o desenvolvimento de lideranças conscientes e socialmente responsáveis. Outro ponto favorável diz respeito à melhoria do clima organizacional, que impulsiona a produtividade da empresa e conseqüentemente a obtenção de lucro.

Dessa forma, destaca Adriana Mueller:

É preciso ressaltar que essa nova forma de gerir das empresas tendo como pressuposto o investimento na área social tem sua tradução na atual estratégia

---

<sup>33</sup> FRAEDRICH & FERREL *apud* MELO NETO & BRENNAND, 2004, p.4.

<sup>34</sup> ASHLEY *apud* SIMÕES CORRÊA & MEDEIROS, 2002, p.4-5.

<sup>35</sup> MUELLER, Adriana *apud* COSTA, 2003. p.20.



empresarial: por meio desta postura, as empresas buscam fortalecer sua imagem corporativa e causar impacto na opinião pública, diferenciando-se dos concorrentes.

Já há algum tempo, em função da acirrada competição mercadológica, produzir produtos e/ou serviços de qualidade deixou de marcar a diferença entre as empresas. Cada vez mais, os consumidores estão se tornando exigentes com relação aos produtos que consomem, às normas éticas e à legislação existente.<sup>36</sup>

De acordo com a definição, disponibilizada na internet, para o Instituto Ethos, Responsabilidade Social Empresarial é:

(...) uma forma de conduzir os negócios que torna a empresa parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente) e conseguir incorporá-los ao planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos, não apenas dos acionistas ou proprietários.<sup>37</sup>

Dessa forma, a Responsabilidade Social está diretamente associada aos negócios da empresa e a maneira como a mesma os conduz. Ou seja, Responsabilidade Social, nesse caso, torna-se não só um conceito a ser aplicado em ações externas, mas um conjunto de valores a ser incorporado pela empresa e funcionários, que se consolida em uma gestão empresarial diferenciada, voltada para as necessidades dos funcionários, clientes, investidores e sociedade.

#### *2.4.1 Responsabilidade Social não é Filantropia*

Paoli, como outros autores, associam a Responsabilidade Social à filantropia. Para ela, Responsabilidade Social é o preenchimento de “*um espaço filantrópico organizado por empresários nacionais e de empresas multinacionais no Brasil*”. Nesse sentido, o exercício da Responsabilidade Social Empresarial é um produto do ativismo social do empresariado, bem como da disposição altruísta voluntária de uma organização ou empresa.<sup>38</sup>

Essa visão apresentada pela autora pode ser considerada um tanto ultrapassada, se contextualizarmos a discussão e analisarmos as mudanças na prática e no conceito de Responsabilidade Social, que era basicamente filantrópica, realmente, na época do *welfare state* (década de 70, na Europa).

Segundo Melo Neto e Froes, nesse período a Responsabilidade Social era: “*ação caridosa, típica dos capitalistas do início do século, que utilizavam filantropia como forma de*

<sup>36</sup> Ibid., p. 21.

<sup>37</sup> INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2005.

<sup>38</sup> PAOLI *apud* MELO NETO & BRENNAND, 2004, p.5.

*expição dos seus sentimentos de culpa por obterem lucros fáceis (...)*<sup>39</sup>. Os autores explicam a diferença entre Responsabilidade Social e Filantropia da seguinte forma:

A filantropia é individualizada, pois a atitude e a ação são do empresário. A responsabilidade social é uma atitude coletiva e compreende ações de empregados, diretores e gerentes, fornecedores, acionistas e até mesmo clientes e demais parceiros de uma empresa. É, portanto, uma soma das vontades individuais e refletem um consenso.

A responsabilidade social é uma ação estratégica da empresa que busca retorno (...). A filantropia não busca retorno algum, apenas o conforto pessoal e moral de quem a pratica.<sup>40</sup>

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social também diferencia Responsabilidade Social e Filantropia ao afirmar que: *“A filantropia é basicamente uma ação social externa da empresa, que tem como beneficiária principal a comunidade em suas diversas formas (conselhos comunitários, organizações não-governamentais, associações comunitárias, etc) e organizações”*<sup>41</sup>. Enquanto a Responsabilidade Social estaria *“focada na cadeia de negócios da empresa e engloba preocupações com um público maior (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente), cuja demanda e necessidade a empresa deve buscar entender e incorporar aos negócios”*<sup>42</sup>.

No quadro abaixo, Melo Neto e Froes, ilustram as diferenças entre Filantropia e Responsabilidade Social:<sup>43</sup>

---

<sup>39</sup> Idem.

<sup>40</sup> MELO NETO & FROES *apud* SIMÕES CORREA & MEDEIROS, 2002, p.4.

<sup>41</sup> INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL. 2005.

<sup>42</sup> Idem.

<sup>43</sup> MELO NETO & FROES *apud* MUELLER, 2003, p.63.

### Quadro 01

<b>Diferenças entre Filantropia e Responsabilidade Social</b>	
<b>Filantropia</b>	<b>Responsabilidade Social</b>
Ação Individual e voluntária	Ação coletiva
Fomento da caridade	Fomento da cidadania
Base assistencialista	Base Estratégica
Restrita a empresários filantrópicos e abnegados	Extensiva a todos
Prescinde de gerenciamento	Demanda de gerenciamento
Decisão individual	Decisão consensual

Fonte: Melo Neto e Froes *apud* Mueller

#### 2.4.2 Marketing Social e Conscientização dos Consumidores: As novas formas de consumo

A expressão marketing social muitas vezes é associada à atuação empresarial no campo social com objetivo de obter diferenciais competitivos, sem que essas ações visem influenciar comportamentos coletivos. Portanto, segundo Araújo, ações sociais promovidas pelas empresas, classificadas como responsabilidade social, ou qualquer outro termo, na maior parte das vezes não empregam estratégias de marketing social, mas apenas, ações de promoção social, utilizando-se para isso, de marketing comercial.<sup>44</sup>

Kotler & Armstrong, teóricos que abordam a o tema desde a década de 1970, definem marketing social como “o desenho, implementação e controles de programas que buscam aumentar a aceitabilidade de uma idéia, causa ou prática social junto aos públicos alvos”<sup>45</sup>. Ou seja, marketing social seria uma ação empresarial no sentido de conquistar a simpatia e adesão de seu público alvo em prol da causa social que defende ou dos projetos que promove. O marketing societário ou societal parte do pressuposto de que “a organização deve determinar necessidades, desejos e interesses dos mercados-alvo, e então proporcionar aos clientes um valor superior de forma a manter ou melhorar o bem-estar do cliente e da sociedade”<sup>46</sup>. Assim, através do marketing social, as empresas se

---

<sup>44</sup> ARAÚJO *apud* ADULIS, 2004

<sup>45</sup> KOTLER & ARMSTRONG *apud* ADULIS, 2004

<sup>46</sup> KOTLER & ARMSTRONG *apud* MELO NETO & BRENNAND, 2004.

antepõem às demandas do consumidor, disponibilizando no mercado de um produto ou serviço que já vem, de antemão, associado a uma causa.

No entanto, marketing social não deve ser confundido com o “*marketing relacionado a uma causa*” ou a simples utilização de instrumentos de marketing para divulgar ações sociais de uma empresa, tornar pública sua postura socialmente responsável ou mesmo melhorar sua imagem junto à sociedade, porque estas ações não têm o objetivo de promover mudanças. O marketing social é mais do que a simples divulgação é a escolha de uma causa, o empenho em conseguir adesões e a prática da ação social.

Segundo Felix, em seu trabalho premiado pelo Instituto Ethos, intitulado *O ganho da imagem conquistado após divulgação da responsabilidade social empresarial*, as empresas estão procurando adotar posturas socialmente e ambientalmente responsáveis, ou seja, mais corretas na visão dos consumidores, acreditando que essa comunicação de marketing possa agregar valor diferencial as suas marcas. A autora ainda considera que: “*Com a mudança no mercado e a ampliação de ofertas, o cliente não é mais fiel a uma única marca, principalmente se ela não demonstrar uma quantidade maior de valores que os já tradicionais*”<sup>47</sup>. Nesse momento, a empresa, então utiliza-se dos meios de comunicação para divulgar suas práticas e ações e não para criar um novo valor para os produtos ou serviços que oferecem.

A comunicação com as partes interessadas ou *stakeholders* é um tema abordado exaustivamente pelas empresas, especialistas e consultores interessados na implantação em sistemas de gestão voltados para a Responsabilidade Social. As normas de certificação buscadas pelo empresariado brasileiro, ABNT NBR 16001 e SA 8000, estabelecem requisitos a serem cumpridos pelas empresas no âmbito da comunicação interna e externa, principalmente no que diz respeito à informação com relação a impactos sociais, econômicos e ambientais gerados pelos seus produtos e serviços, riscos e respostas solicitadas pelos seus públicos de interesses.

Com relação ao consumo responsável entendemos a escolha de um produto a partir de critérios que vão além de seu preço e qualidade, mas que considerem sua história e a conduta das empresas que os oferecem no mercado. Trata-se, portanto, de uma nova modalidade de consumo, onde comprar é um ato de cidadania, uma vez que o consumidor

---

<sup>47</sup> FELIX, 2003.

consciente considera o impacto da sua compra e uso de produtos e serviços sobre a sociedade e meio ambiente.<sup>48</sup>

Segundo o documento da Fundação Ecología e Desarrollo as atividades relacionadas ao consumo responsável podem ser caracterizadas e divididas em três categorias principais: *Produtos Verdes*; *Comércio Justo* e *Campanhas Sociais* ou *Boicotes*.

A decisão pelo consumo de *produtos verdes* é cronologicamente a primeira, e mais conhecida manifestação do consumo socialmente responsável. Nessa categoria, grupos de consumidores, valorizam, optam e exigem das empresas um maior respeito aos recursos naturais no processo de produção e no oferecimento de uma gama de produtos. Os consumidores de *produtos verdes* exigem que as empresas ofereçam um impacto reduzido na sua produção, descarte e consumo.

O denominado *Comércio Justo* pode ser entendido como a garantia que as empresas oferecem aos consumidores do cumprimento de certos critérios sociais e ambientais e econômicos, tanto por parte dos produtores, quanto por parte dos distribuidores, importadores e fornecedores. Aqui, observa-se a conformidade da empresa com relação à legislações, práticas de concorrência, pagamento de impostos, compromisso com o desenvolvimento de seus fornecedores e estímulo de boas práticas pelos seus clientes.

As *Campanhas Sociais* promovidas por grupos ou consumidores, tem a finalidade de interromper a compra de um ou vários produtos de uma empresa. Essa ação tem o objetivo de pressionar o empresariado a modificar seu comportamento com relação a aspectos sociais e/ou ambientais que estariam, de alguma forma, prejudicando a sociedade (seus *stakeholders*, em geral).<sup>49</sup> Com o advento da sociedade da informação, que possibilitou maior rapidez e fluidez na disseminação de informações verdadeiras (ou não), as denúncias relacionadas ao comportamento pouco ético e irresponsável tornou-se uma preocupação real para o empresariado.

Em uma economia de escala, em que mercados são interligados e possuem boa parte do seu capital investido nos mercados financeiros, o simples boato com relação a uma atuação não ética, pode causar prejuízos incomensuráveis. Assim, de acordo com Melo Neto, “(...) é portanto, o “novo consumidor” o principal agente de transformação social das

---

<sup>48</sup> MELO NETO & BRENNAND, 2004, p.17.

<sup>49</sup> FUNDACIÓN ECOLOGÍA E DESARROLLO, 2004.

*empresas. Seus anseios, atitudes e, principalmente, o seu nível de conscientização são os fatores geradores de uma mudança no papel social das empresas*<sup>50</sup>.

Na matéria de capa publicada pela revista *Época*, em 21 de novembro de 2005, intitulada *Compras para salvar o mundo*, foram levantados diversos exemplos de consumidores que utilizam seu poder de escolha para premiar ou punir empresas por suas atitudes sociais e ambientais responsáveis, além de oferecer uma espécie de guia do consumidor consciente, no qual problemas e soluções relacionados ao consumo e destinação de resíduos (como papel, embalagens plásticas, computadores, chocolate, carne e roupas) eram discutidos de forma clara e acessível pra o leitor comum.

Segundo a revista:

É cada vez maior o número de consumidores que apostam no poder de escolha no caixa do supermercado para mudar o mundo. Acreditam na eficácia de pequenos atos, como boicotar uma empresa com relações trabalhistas suspeitas ou fechar a torneira enquanto se ensaboa a louça. Em geral, são jovens adultos, de bom poder aquisitivo e alto grau de instrução.<sup>51</sup>

Uma pesquisa do Akatu, em conjunto com o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, realizada em 2004, revela que cerca de 65% da população brasileira se mostra disposta a reduzir um pouco seu padrão de vida para melhorar e/ou agredir menos o meio ambiente e 91% acreditam que as empresas devem ajudar a construir uma sociedade melhor.<sup>52</sup>

A mesma pesquisa garante que, enquanto 17% dos entrevistados declaravam ter prestigiado empresas responsáveis, 14% diziam ter deixado de comprar mercadorias de companhias que tinham feito algo errado. No entanto, apenas 6% dos brasileiros podem ser considerados consumidores conscientes, ou seja, consumidores que praticam entre 11 e 13 ações estabelecidas como características desse tipo de consumo, como pedir nota fiscal ou ler rótulos de produtos.<sup>53</sup>

No ranking dos países, a Austrália ocupa posição de destaque, uma vez que de 53% dos consumidores afirmaram sua preferência pelo consumo de produtos de empresas responsáveis, seguido do Canadá e EUA (ambos com 44%). Nessa pesquisa, o Brasil se encontra em posição mediana apresentando um valor de 17%, enquanto a Grécia ocupa o

---

<sup>50</sup> MELO NETO & BRENNAND, 2004, p. 2.

<sup>51</sup> NOGUEIRA, 2005, p.92.

<sup>52</sup> Ibid., p.95-96

<sup>53</sup> Ibid., p.95-96.

último lugar do ranking com apenas 4% de seus consumidores preocupados com a atuação responsável das empresas.<sup>54</sup>

Segundo Hupperts, estudioso com ampla experiência no assunto, através de suas atividades como consultor e empresário no ramo da Responsabilidade Social, os consumidores dos países do sul do globo se comportam de forma diferente dos consumidores do norte do globo, com relação à preferência e consumo de produtos e serviços socialmente responsáveis. O *expert* atribui essa diferença de comportamento, que se traduz nos custos que envolvem a produção e disponibilização de produtos e serviços responsáveis à realidade sócio-econômica dos países: os consumidores dos países ao sul (em desenvolvimento) não estariam dispostos a arcar com os custos adicionais, restando ao empresariado a necessidade de investir mais e reduzir sua margem de lucro, enquanto os consumidores dos países do norte (desenvolvidos) estariam dispostos a arcar com os custos adicionais provenientes da melhoria das condições de trabalho e menor degradação ambiental, por exemplo, pagando mais por produtos éticos e socialmente responsáveis.<sup>55</sup> Este comportamento explicaria, por exemplo, a menor adesão do empresariado, de países em desenvolvimento, às práticas socialmente responsáveis.

Ainda que o discurso acerca da mudança do comportamento dos consumidores e a crescente demanda por produtos e serviços de valor social e ambiental agregado seja uma realidade contemporânea, faz-se necessário uma análise crítica sobre a dimensão do poder de influência dos consumidores, atribuída pelos estudiosos citados, na adoção de novas práticas e estratégias empresariais. Comparada à enorme pressão exercida por grandes clientes corporativos, preocupados com o excesso de passivos trabalhistas, ambientais, sociais também com a reputação de uma marca, a influência dos consumidores individuais torna-se bem menos significativa.

---

<sup>54</sup> *Ibid.*, p.98.

<sup>55</sup> HUPPERTS, 2005. p.14.

## Capítulo 3 – Responsabilidade Social e Políticas Sociais

### *3.1 A reestruturação política e econômica do Estado Nacional*

Acompanhando as mudanças globais relacionadas à administração pública e configuração de suas responsabilidades e atribuições, verificamos no Brasil, partir dos anos 80, um complexo processo de transformação institucional que foi impulsionado pela redemocratização e descentralização do Estado Nacional. Os dois processos citados, que ocorreram de forma análoga, foram estimulados pelo Governo Federal através de diversas medidas referentes aos Estados e Municípios, tornando a proposta bastante atrativa aos poderes locais e conferindo peculiaridades ao modelo brasileiro.

A transferência de poderes e obrigações resultantes do processo de descentralização fez do antigo Estado Provedor em um novo Estado Regulador, cuja principal função se deteria no estabelecimento de regras e normas que viessem a regular as condições sob as quais os vários mercados operam, como também avaliar os resultados obtidos, reduzindo suas preocupações com os diversos serviços que deveriam ser prestados à sociedade.<sup>56</sup>

Segundo Sposati:

A tendência neoliberal estimula a transferência de responsabilidades sociais do Estado nacional para o Estado local, tornando-o responsável por manter ações de enfrentamento à pobreza e à exclusão social. Essa aparente democratização tem sido operada sob a forma de “municipalização neoliberal”, isto é, como estratégia de diluição do compromisso nacional com a cidadania e estímulo à focalização dos investimentos nos mais frágeis.<sup>57</sup>

Com a descentralização, a responsabilidade com relação à promoção de políticas públicas que visasse à melhoria do bem-estar social foi então delegada e transferida ao Governo dos Estados, o poder local, que impossibilitado de formular, implantar e financiar políticas realmente eficazes abriu uma interessante brecha para o capital privado.

O contexto global e as orientações que levaram à mudança do papel do Estado fez parte de uma transformação mais ampla na arquitetura política que ocasionou grandes modificações no que diz respeito às políticas públicas, onde se tornou cada vez mais comum para o Estado Nacional efetuar ações que levassem à privatização, através da venda de empresas estatais e mesmo através de concessões e parcerias. O desmanche

---

<sup>56</sup> BALL, 2004, p.1106.

<sup>57</sup> SPOSATI, 1999



neoliberal dos serviços sociais se processa através de três mecanismos, conforme explanado por Yamamoto, com a descentralização dos serviços, através da transferência de responsabilidade aos níveis locais do governo e a conseqüente oferta de serviços deteriorados por carência de financiamento; com a privatização total ou parcial dos serviços e a promoção de uma dualidade relacionada à qualidade e acesso (determinados pela capacidade de pagamento do usuário) e com a focalização, que introduz um corte de natureza discriminatória para o acesso aos serviços sociais básicos pela necessidade de comprovação da “condição de pobreza”.<sup>58</sup>

Neste contexto, a idéia de financiamento privado para desenvolvimento de serviços públicos atraiu à atenção de diversos órgãos internacionais, como o Banco Mundial, e tornou-se uma prática recomendada aos governos de países em via de desenvolvimento. Os discursos acerca da utilização do capital privado para financiar serviços públicos remetem à noção de parceria e suas vantagens para a promoção de políticas sociais. Neste momento, as parcerias para promoção de serviços públicos relacionados, principalmente, ao setor de transportes e logísticas já era, então, amplamente difundidas e postas em prática.

No processo de legitimação do uso de recursos privados e do estabelecimento de parcerias para o desenvolvimento de políticas e melhoria da infra-estrutura de produção, os Estados Nação contaram ainda, com o incentivo de agências multilaterais, conforme colocado por Stephen Ball: *“Globalmente, todo um leque de agências multilaterais, cada qual a seu modo, está trabalhando arduamente para criar outros espaços para a “privatização” e a participação do setor privado na prestação de serviços públicos”*<sup>59</sup>, de modo que, as ações dessas agências se conciliam quando se trata de criar um senso comum, fortalecer uma opinião ou mesmo legitimar uma decisão política, em um discurso consoante que afirma que esse é o único caminho possível.

Não se pode deixar de mencionar que essa transformação do Estado Provedor para o Regulador, favoreceu o surgimento de muitas organizações direcionadas a formulação de políticas sociais e implementação de projetos destinados às populações carentes e excluídas. A maioria dessas organizações são de origem não governamental que têm seus projetos financiados pelo capital privado, através de doações, parcerias, patrocínios, apoios e até mesmo pelo Estado. Essas organizações não-governamentais (ONG's)<sup>60</sup> ocuparam um espaço considerável no setor das políticas sociais, principalmente as de caráter

---

<sup>58</sup> YAMAMOTO *apud* ARAÚJO, 2006

<sup>59</sup> BALL, 2004, p.1110.

<sup>60</sup> Falar sobre ongs

focalizado, ou seja, na prestação de suporte e serviços não “universais”, mas sim direcionados a públicos específicos, oferecendo a essas populações todo tipo de serviço e ajuda em diversas áreas, com diversos propósitos. Araújo, em seu artigo *Exclusão Social e Responsabilidade Social* (2006), destaca a denúncia feita por Bock, sobre o tema: “Ocorre um relativo desmonte dos programas sociais e, fundamentalmente, as ações entendidas como direito de todo e qualquer cidadão transformam-se em atividades para os necessitados mais pobres, assumindo funções assistencialistas”.<sup>61</sup>

Não obstante, torna-se imprescindível a discussão, de forma breve e sucinta, das diversas transformações políticas e econômicas que acarretaram grandes mudanças na estrutura social, na Economia, na atuação do Estado, e nas relações sociais em geral. Essas transformações abriram brechas e criaram demandas a serem preenchidas pelo capital privado desencadeando uma série de fenômenos contemporâneos, fenômenos estes no qual se inclui a ação responsável das empresas e organizações.

### **3.2 Sobre o Conceito de Políticas Sociais**

Conceituar de forma ampla e abrangente a expressão políticas sociais não é uma tarefa simples e descomplicada. Diversos autores se esforçaram na tentativa de elaborar um conceito que estivesse desvinculado de modelos e sistemas econômicos vigentes. No entanto, torna-se imprescindível atentar para o fato de que políticas sociais não é um conceito estático e imutável, pois já carrega em si, a dinâmica das ações e tomadas de decisão que são influenciadas pela história, economia, cultura e sociedade.

Diferentemente do que ocorre nos países de língua inglesa, no Brasil não há distinção ortográfica que diferencie o termo política. Um único termo pode ser empregado tanto para designar as ações de políticos e representantes do poder público ou mesmo os projetos direcionados para a população (policy<sup>62</sup>). Thaís Maingón, em seu texto *Las Políticas Sociales*, nos atenta para o fato de o conceito de política é fluido e pode ser entendido de diferentes maneiras que variam segundo as áreas de conhecimento. Para muitos economistas esse termo significa uma análise racional, uma escolha racional, enquanto para

---

<sup>61</sup> BOCH *apud* ARAÚJO, 2006

<sup>62</sup> Policy, em inglês, significa plano ou projeto de ação que se baseia, geralmente, nas ações dos governos direcionadas para a população em áreas como saúdes, educação, habitação e mesmo economia. (Password: 1998.).

os cientistas sociais o conceito está diretamente associado aos processos políticos dos quais depende, obedecendo, portanto, a uma racionalidade diferente<sup>63</sup>.

Assim, política se refere, basicamente, aos processos sociais, políticos e econômicos que levam à tomada de decisão, realizada por aqueles que possuem autoridade política para o mesmo<sup>64</sup>. Desse processo resultam dois produtos, um primeiro ideológico que norteia as decisões relacionadas à formulação de políticas e um segundo de caráter normativo, com objetivo de regular o funcionamento e organização do sistema social visando a consolidação do futuro desejado. Destes dois produtos se originam as políticas sociais, que são formuladas com objetivo de responder às demandas da sociedade e aos problemas sociais<sup>65</sup>.

Se há um consenso sobre o conceito de políticas sociais este reside no fato que há uma enorme variedade de modelos conceituais, assim com um grande número de definições. É necessário entender que “toda política social é uma decisão política construída socialmente e, portanto, é resultado da dinâmica dos processos conflituosos ou cooperativos entre as demandas de diferentes grupos e atores com diferentes interesses e valores sobre o que deve ser a sociedade”<sup>66</sup>.

De acordo com Maingón, nenhum governo moderno pode deixar de se responsabilizar de prover o necessário para assegurar, de maneira digna, as condições de vida para sua população no que diz respeito a saúde, educação, seguridade social e habitação. O acesso a esses serviços devem ser garantidos para todos que deles necessite. As políticas sociais devem ainda ser instrumentos que colaborem para uma melhor redistribuição de bens, estando relacionada a aspectos econômicos e não econômicos da sociedade<sup>67</sup>. Segundo Bustelo, poderíamos ainda definir as políticas sociais como um conjunto de ações públicas ou privadas relacionadas à distribuição de todo tipo de recurso em uma determinada sociedade<sup>68</sup>. A partir desse conceito podemos inserir uma nova problemática, uma vez que Bustelo admite a ação privada na execução e formulação de políticas, que é a participação da sociedade na oferta de serviços para a população como alternativa para suprir a demanda social frente a incapacidade do Estado em prover todos os serviços e benefícios necessários.

---

<sup>63</sup> MAIGÓN, 1992 p. 59

<sup>64</sup> HOGWOOD & GUNN *apud* MAIGÓN, 1992 p.61

<sup>65</sup> HOGWOOD & GUNN *apud* MAIGÓN, 1992 p.61

<sup>66</sup> FERNÁNDES *apud* MAIGÓN, 1992 p.65

<sup>67</sup> MAINGÓN, 1992 p.63

<sup>68</sup> BUSTELO *apud* MAIGÓN, 1992 p.64

Para Sonia Fleury, ainda que o conceito de políticas sociais seja delimitado pelas ações públicas, governamentais ou não, destinadas a proporcionar respostas às demandas da sociedade, o mesmo é bastante complexo porque envolve o cumprimento de funções vinculadas aos processos de legitimação e acumulação que reproduzem a estrutura social, assim como o processo histórico de constituição de atores políticos e suas relações nas disputas de poder. Dessa forma, a autora atenta para o fato de que mesmo que o poder dos atores tradicionalmente vinculados ao pacto corporativo (sindicatos, burocracia, classe média, partidos e militares) esteja razoavelmente reduzido na atualidade, novos atores no cenário político (agências internacionais, governos locais, ONG's e empresários) alteraram a estrutura de poder no qual se conformavam as políticas sociais<sup>69</sup>.

Apesar de todas as definições apresentadas anteriormente é de fundamental importância ressaltar que tanto o conceito quanto a formulação de políticas sociais estão diretamente relacionadas a correntes ideológicas diversas que influenciam as tomadas de decisão dos governos. Desta forma, tanto a ausência de políticas sociais como os mais complexos projetos de oferecimento de serviços à população devem ser considerados políticas sociais que estão sujeitas ao contexto histórico, político e econômico dos países.

### ***3.3 Políticas Sociais: Gasto ou Investimento?***

A partir da década de 70, do século passado, uma maior preocupação dos teóricos envolvidos com as questões políticas e econômicas relacionadas ao Estado culminou em um conjunto de explicações teóricas voltadas para o importante fenômeno do crescimento e composição dos gastos públicos.

O contexto brasileiro, pós redemocratização e descentralização, marcado pela inserção subordinada do país no mundo globalizado e por políticas neoliberais, que ocasionaram o agravamento da pobreza e suscitaram a velha questão social que assume novas expressões, fez-se necessário refletir sobre a importância dos gastos públicos na área social. De forma a iniciar ao debate, sugerimos alguns questionamentos como: O governo considera os recursos destinados à área social, gasto ou investimento? Há um amplo sistema de avaliação que permita determinar o impacto que os programas sociais têm no sentido de reduzir a pobreza e a desigualdade social?

---

<sup>69</sup> FLEURY, 2002 p.25-26

As respostas para estas e outras perguntas não são fáceis nem consensuais, mas inúmeros pesquisadores têm se debruçado no sentido de buscar soluções à luz das teorias econômicas e sociológicas às questões sociais agravadas pela agenda neoliberal. E embora haja um enorme esforço desses especialistas no sentido de conceituar o gasto público, nem sempre é possível encontrar uma definição acabada sobre o tema. Dessa forma, desabafam Cohen e Franco, “o *gasto social* é um conceito demasiadamente amplo”<sup>70</sup>.

Apesar de assumirem as limitações e o desafio, os autores elaboraram o seguinte conceito sobre gasto social:

Existe um componente de gasto administrativo do setor público, que não significa benefício real para a população (...) Por isso convém refinar o conceito de gasto. Assim pode-se falar de *gasto social fiscal* que inclui apenas o aporte fiscal que chega aos beneficiários (subsídios), e o que vai financiar parte dos equipamentos administrativos dos diferentes ministérios (...) Também pode-se falar de *gasto social direto* que é o aporte fiscal para financiar transferências monetárias ou bens e serviços entregues diretamente às pessoas (subsídios), excluindo os gastos administrativos. Por último, o gasto social efetivo é a parte do gasto direto que chega aos setores mais pobres da população (população objetivo definida segundo algum critério).<sup>71</sup>

Para Kliksberg, os gastos realizados em algumas áreas do setor social, como na área da saúde e educação, devem ser considerados enquanto investimentos, pois os investimentos nessas áreas refletem em altíssimos níveis de retorno sobre a inversão de um quadro social negativo.

Cohen e Franco expõem um interessante ponto de vista que relaciona os gastos sociais ao objetivo das políticas, assim, conforme o investimento, pode-se observar o custo x benefícios diferenciado, o que chamaremos de *equidade* - que “*implica na satisfação das necessidades básicas da população, priorizando-as segundo seus graus de urgência relativa*”<sup>72</sup> e *eficiência* – que implicaria na satisfação de sustentabilidade para população alvo, o que é normalmente alcançada a médio e longo prazo. Dessa forma, atuando de maneira paliativa e localizada, haverá um custo menor satisfazendo em curto prazo as necessidades mais urgentes, o que podemos chamar de satisfação do grau de *equidade*. Enquanto uma ação que privilegie a *eficiência* pode “*não satisfazer as necessidades dos mais carentes, mas pode viabilizar em médio prazo, um processo dinâmico e auto-sustentado*”<sup>73</sup>. O autor ressalta ainda que na elaboração de políticas sociais, prioriza-se a

---

<sup>70</sup> COHEN E FRANCO, 2004, p.49

<sup>71</sup> COHEN E FRANCO, 2004, p.49-50

<sup>72</sup> COHEN E FRANCO, 2004, p.27

<sup>73</sup> COHEN E FRANCO, 2004, p.27

equidade como fim, porém adverte que não se pode evitar a procura pela eficácia quando se alcança a equidade.

Contudo, é de extrema importância analisar a fonte dos recursos destinados às políticas sociais, pois estes recursos são escassos para satisfazer as necessidades existentes, principalmente com o aumento das demandas sociais. Os autores, então, fazem uma avaliação das principais fontes de recursos dessas políticas: o primeiro seria a elevação de receitas tributárias, que se realizariam através de via de impostos ou pelo estabelecimento de tarifas. A segunda fonte estaria relacionada à incrementação das rendas públicas não tributárias, que se daria através da revalorização dos bens públicos que o Estado proporciona a comunidade. E por fim, a utilização de recursos não públicos, que seria possível através do desenvolvimento de serviços privados ou da procura para que os próprios beneficiados contribuam com os recursos.

Conforme trabalho publicado pelo Banco Mundial, há uma forte tendência de que os governos incentivem a participação do capital privado no financiamento de políticas sociais através de parcerias. Em geral, o setor privado é considerado mais eficiente em gastar que o governo, assim como possui maior credibilidade em assuntos referentes a escolhas de projetos e cumprimento de metas. No entanto, a organização financeira estabelece que essas parcerias não deve significar a ausência do governo, nem mesmo seu afastamento nas decisões relativas a prioridades, escolhas de projeto e investimentos.<sup>74</sup>

Cohen e Franco (2004), também avaliam a relação de gastos públicos, pois segundo os autores, com os recursos cada vez mais reduzidos, é necessário uma racionalidade no uso destes, para que se tenha mais efetividade no combate a pobreza e desigualdade. Entretanto, os autores apontam um quadro não muito favorável no que se refere à utilização dos recursos destinados a área social, pois de acordo com os mesmos, esses recursos são muitas vezes destinados a “*financiar burocracias ineficazes, compra de equipamento desnecessário, ou construção de escritórios, em vez de materializar efetivamente em bens e serviços a comunidade*”<sup>75</sup>. Em contrapartida, verifica-se uma deterioração cada vez maior das condições de vida da população mais pobre, enquanto gasta-se muito e mal.

Sobre a má utilização dos recursos públicos, Pinheiro aponta as políticas sociais focalizadas com finalidade eleitoreiras, voltadas para manutenção do “*curral eleitoral*” e do

---

<sup>74</sup> BANCO MUNDIAL, 2003

<sup>75</sup> COHEN E FRANCO, 2004, p.49

clientelismo<sup>76</sup>. Segundo o autor, “(...) o velho se articula com o novo, coerentes com a constituição do novo Estado ajustador, fruto de um pacto conservador gerado a partir das elites do modelo anterior”.<sup>77</sup>

Esta estrutura se configura na possibilidade de “arranjos” políticos em favorecimento a determinados setores da sociedade, através do aparelho do Estado, que conseqüentemente, amplia o poder do voto, direcionados aos políticos detentores desta prática. “O caráter focalizado da ação social coincide com o assistencialismo eleitoral, necessário para manter o poder das elites conservadoras”<sup>78</sup>.

Além de questões econômicas, sociais e políticas, a formulação de políticas sociais, seu direcionamento e aplicação de recursos públicos estão sujeitos a aspectos que fazem parte de uma grande estrutura social não baseada em instituições formais. Esses aspectos são em sua maioria de ordem cultural, que foram legitimados e consolidados historicamente e economicamente na base da estrutura social brasileira. Nesse ponto estamos falando de um legado histórico que não exclui uma herança escravocrata, patriarcal e conservadora. Destacando uma elite basicamente agrária, onde predominava atividades econômicas primário-exportadoras. É provável que as parcerias com o setor privado, com o intuito de financiar políticas sociais, possam vir a possibilitar a quebra do círculo vicioso pré-estabelecido pelas condições históricas e culturais, no entanto, não podemos, ainda, comprovar tal hipótese, uma vez que essas parcerias e formas de financiamento são recentes na história econômica e política brasileira.

---

<sup>76</sup> O clientelismo tem como objetivo, ao contrário do paternalismo, figurar trocas de interesses dentro da sociedade, seja através de benefícios públicos, empregos, benefícios fiscais etc., assim sendo, “é um atributo variável de sistemas políticos macro e podem conter maior ou menor dose nas relações entre atores políticos.” (CARVALHO, 2006, sp.) Significa um “tipo de relação social marcada por contrato pessoal entre *patrons* e camponeses. Os camponeses, isto é, os clientes, encontram-se em posição de subordinação, dado que não possuem a terra, o que contribui para inibição da formação de identidades de interesses e ações coletivas.” (NUNES, 2003 p.27)

<sup>77</sup> PINHEIRO, 2002, p.84.

<sup>78</sup> PINHEIRO, 2002

## Capítulo 4 – Gestão da Responsabilidade Social

### **4.1. Princípios e Diretrizes Internacionais para promover a Responsabilidade Social**

Um dos principais pressupostos que norteia a identificação da presença de ações voltadas para a Responsabilidade Social nas empresas são as políticas e práticas que ultrapassam as obrigações legais.

Com o objetivo de regular as condições de trabalho em um contexto de transformações econômicas e produtivas, que levaram a uma maior flexibilização das relações de trabalho e à precarização, organizações multilaterais elaboraram uma série de documentos estabelecendo parâmetros a serem cumpridos pelas Empresas e incentivados pelos Estados Nações.

Os documentos internacionais mais importantes sobre o tema são as Convenções da OIT (Organização Internacional do Trabalho), que é uma agência multilateral, criada pela Conferência de Paz após a Primeira Guerra Mundial, e que tem como objetivo principal promover o trabalho decente, utilizando-se para isso de uma “(...) *agenda social que viabilize a continuidade do processo de globalização através de um equilíbrio entre objetivos de eficiência econômica e equidade social*”<sup>79</sup>. Em 1998 foi adotada a Declaração da OIT sobre os Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho e seu Seguimento. O citado documento é uma reafirmação universal da obrigação de respeitar, promover e tornar realidade os princípios refletidos nas Convenções fundamentais da organização, convenções essas que são “(...) *tratados internacionais que, uma vez ratificados pelos Estados Membros, passam a integrar a legislação nacional*”<sup>80</sup>.

Os princípios e direitos fundamentais, promulgados pela organização, podem ser observados em oito Convenções que cobrem quatro áreas básicas: liberdade sindical e direito à negociação coletiva (Convenção 87 e 98), erradicação do trabalho infantil, eliminação do trabalho forçado (Convenções 138, 177, 29 e 105) e não discriminação no emprego ou ocupação (Convenções 100 e 111). Com relação às condições mínimas de saúde e segurança a serem observadas nos locais de trabalho, a OIT possui duas convenções: 155 e 164<sup>81</sup>. Essas Convenções foram ratificadas no Brasil e seus princípios

---

<sup>79</sup> Site Organização Internacional do Trabalho (OIT), 2008.

<sup>81</sup> Site Organização Internacional do Trabalho (OIT), 2008.



utilizados na elaboração de diretrizes voltadas às políticas nacionais de trabalho e emprego, assim como, na construção de normas e documentos internacionais de Responsabilidade Social e Saúde e Segurança Ocupacional.

No Brasil, a promoção do Trabalho Decente tornou-se um compromisso assumido entre o Governo brasileiro e a OIT a partir de junho de 2003, com a assinatura, pelo Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, e pelo Diretor-Geral da OIT, Juan Somavia, do Memorando de Entendimento, que prevê o estabelecimento de um Programa Especial de Cooperação Técnica para a Promoção de uma Agenda Nacional de Trabalho Decente, em consulta às organizações de empregadores e de trabalhadores. Em maio de 2006, o compromisso firmado entre as partes, culminou na elaboração da Agenda Nacional de Trabalho Decente, que possui três prioridades: Gerar mais e melhores empregos com igualdade de oportunidades de tratamento; Erradicar o trabalho escravo e eliminar o trabalho infantil e fortalecer os atores tripartites e o diálogo social como instrumento de governabilidade democrática.<sup>82</sup>

A Organização Internacional do Trabalho (OIT), em seu documento *Por uma Globalização Justa: Criar oportunidades para todos*, explica a importância das atividades empresariais para a sociedade e o motivo pelo qual suas ações devem ser revistas: “As empresas são os principais empregadores e geradores de ingressos, é por isso que suas práticas e valores exercem uma grande repercussão no sucesso dos objetivos sociais e de bem-estar geral das comunidades”<sup>83</sup>.

Com relação às obrigações e pressupostos que as empresas devem cumprir, a OIT, menciona cinco documentos subscritos internacionalmente, e que fazem parte das ações voluntárias da Responsabilidade Social Empresarial.

Os documentos citados pela OIT são: Declaração tripartite de princípios sobre as empresas multinacionais e a política social da OIT (1997 revisto em 2000), Declaração da OIT relativa aos princípios e direitos fundamentais no trabalho (1998), Diretrizes da OCDE para empresas Multinacionais (1976, revisto em 2000), Pacto Global das Nações Unidas (2000) e Livro Verde para promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas – União Européia (2001), que pela extrema importância, na mudança de

---

<sup>82</sup> Site Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), 2008.

<sup>83</sup> CENTRO INTERNACIONAL DE FORMAÇÃO DA OIT (s.d), p.5.

comportamento e visão de empresários e empresas, terão seus princípios e diretrizes brevemente especificados abaixo.

A Declaração Tripartite<sup>84</sup> de princípios sobre as Empresas Multinacionais<sup>85</sup> e a Política Social, adotada pelo Conselho de Administração desta agência especializada das Nações Unidas em 1977, é o principal instrumento da OIT. Essa Declaração contém princípios em matéria de emprego, formação profissional, condições de trabalho e de vida e relações de trabalho, cuja observação voluntária se recomenda a governos, organizações de empregadores e de trabalhadores e a empresas multinacionais. É de extrema importância ressaltar que a Declaração Tripartite é o único texto universal que trata dos aspectos trabalhistas e sociais das atividades das empresas multinacionais.<sup>86</sup>

A Declaração da OIT relativa aos princípios e direitos fundamentais no trabalho tem como objetivo lograr que o progresso social esteja associado ao progresso econômico e ao desenvolvimento. Adotada em 1998, a Declaração compromete os Estados-membros – que tenham ou não ratificado os convênios pertinentes – a respeitar e promover os princípios e os direitos compreendidos nas quatro categorias seguintes: a liberdade de associação e a liberdade sindical e o efeito reconhecimento do direito à negociação coletiva, a eliminação do trabalho forçado ou obrigatório, a abolição do trabalho infantil e a eliminação da discriminação em matéria de emprego e ocupação. Esta declaração estabelece a universalidade destes direitos, os quais têm aplicação em todos os países – independentemente do nível de desenvolvimento econômico.<sup>87</sup>

A Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE) formulou um documento com diversas recomendações dos governos e dirigidas às Empresas Multinacionais cuja principal finalidade é garantir que as atividades das empresas se desenvolvam em harmonia com as políticas públicas, fortalecendo a base de confiança mútua entre as empresas e as sociedades nas quais desenvolvem a própria atividade,

---

<sup>84</sup> O termo Tripartite remete às três partes envolvidas no texto dessa declaração: Governos, Trabalhadores e Empregadores.

<sup>85</sup> A expressão Empresas Multinacionais, de acordo com a Declaração, serve para designar as diferentes entidades (empresas matrizes ou unidades locais, ou ambas as coisas, assim como o conjunto da empresa) em função da distribuição de responsabilidades entre si, partindo do princípio da cooperação e da assistência mútua. (OIT, p.6).

<sup>86</sup> CENTRO INTERNACIONAL DE FORMAÇÃO DA OIT (s.d), p.6-7.

<sup>87</sup> Ibid., p.7-8.

contribuindo para melhorar o clima para o investimento estrangeiro e potencializando a contribuição das empresas multinacionais ao desenvolvimento sustentável.<sup>88</sup>

Nestes termos, a OCDE recomenda às Empresas Multinacionais estabelecerem que as mesmas devem contribuir para o progresso econômico, social e ambiental, de forma a assegurar um desenvolvimento sustentável e respeitar os direitos das pessoas que possam vir a ser afetadas pelas respectivas atividades, em conformidade com as obrigações e compromissos internacionais assumidos pelo governo do país de acolhimento. Dentre as diretrizes podemos destacar o encorajamento à criação de capacidades locais em estreita cooperação com a comunidade em que se inserem, incluindo com o setor empresarial, desenvolvendo, simultaneamente, as atividades da empresa no mercado nacional e internacional, de forma compatível com as boas práticas comerciais, assim como a formação de capital humano, para criar oportunidades de emprego e promover a formação dos trabalhadores.

As diretrizes estimulam também a elaboração e aplicação de práticas de auto regulamentação e sistemas de gestão eficazes que promovam uma relação de confiança mútua entre as empresas e a sociedade em que se inserem, com o objetivo de legitimar as ações empresariais e incitar uma maior participação da sociedade.

Kofi Annan, Secretário Geral das Nações Unidas, anunciou pela primeira vez a idéia de um Pacto Global na sua alocução ao Fórum Econômico Mundial em Davos, na Suíça, em Janeiro de 1999. O Pacto Global foi lançado formalmente na Sede da Organização das Nações Unidas, no dia 26 de julho de 2000. O secretário-geral convidou vários dirigentes de empresas para associarem-se numa iniciativa internacional – o Pacto Global – destinada a reunir empresas, organizações da ONU, organizações de trabalhadores e de empregadores da sociedade civil, no apoio aos dez princípios universais em matéria de direitos do homem, normas trabalhistas e de meio ambiente.<sup>89</sup>

O Pacto Global pretende promover, mediante a força da ação coletiva, o civismo empresarial responsável com a finalidade de que o mundo dos negócios possa fazer parte da solução dos desafios que derivam da globalização. Deste modo, o setor privado em colaboração com outros agentes sociais poderiam tornar realidade a visão do Secretário-Geral: uma economia mundial mais sustentável e menos excludente.

---

<sup>88</sup> Ibid., p.8-9.

<sup>89</sup> Site Organização das Nações Unidas (ONU), 2006.

Este documento não é colocado como um instrumento regulador, isto é, não tem a função de vigiar, nem impor ou avaliar a conduta ou as ações das empresas. Poderíamos dizer que o Pacto Global apóia-se na responsabilidade face ao público, na transparência e no interesse das empresas, dos trabalhadores e da sociedade civil, para implementar ações substanciais comuns em favor dos princípios nos quais se embasa.

O Pacto Global baseia-se em dez princípios universais em matéria de direitos humanos, de direitos do trabalho, de proteção ambiental e de combate à corrupção que derivam da Declaração Universal dos Direitos Humanos, da Declaração da OIT relativa aos Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, da Declaração do Rio sobre Ambiente e Desenvolvimento e da Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção.<sup>90</sup>

No quadro abaixo, os dez princípios:

<b>Quadro 02 – Dez Princípios do Pacto Global</b>	
<b>Fundamentos</b>	<b>Princípios</b>
<b>Direitos Humanos</b>	1) Apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos proclamados internacionalmente;
	2) Evitar a cumplicidade nos abusos dos direitos humanos.
<b>Direitos do Trabalho</b>	3) Defender a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito á negociação coletiva;
	4) Eliminar todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
	5) Erradicar efetivamente o trabalho infantil;
	6) Eliminar a discriminação no emprego e na ocupação.
<b>Proteção Ambiental</b>	7) As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva para os desafios ambientais;
	8) As empresas devem assumir iniciativas para promover uma maior responsabilidade ambiental;
	9) As empresas devem encorajar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis.
<b>Contra a Corrupção</b>	10) Combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

Fonte: ONU Brasil  
Elaboração própria

---

<sup>90</sup> Idem.

Em um momento em que a União Européia procurava identificar os seus valores comuns através da adoção de uma Carta dos Direitos Fundamentais, as empresas, em números cada vez maiores, passaram a reconhecer de forma gradualmente mais explícita a responsabilidade social que lhes cabe, considerando-a como parte de sua identidade.

Dessa forma, a Responsabilidade Social das empresas torna-se um conceito no qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo, de acordo com o documento europeu. No entanto, conforme o texto do documento, a Responsabilidade Social das Empresas não pode ser encarada como um substituto da regulação ou legislação no domínio dos direitos sociais ou das normas ambientais. Nos países em que esta regulamentação não exista, deverá haver esforços no sentido de estabelecer um quadro regulador adequado, objetivando a definição de uma base em que se possam desenvolver práticas socialmente responsáveis.

Mesmo que a maioria das atividades no campo da Responsabilidade Social, até a data, tenham sido promovidas principalmente por um conjunto de grandes empresas, ou multinacionais, o presente documento destaca que essas práticas são pertinente a todos os tipos de empresas em todos os setores de atividade, desde as pequenas e médias empresas (PME) às multinacionais. A sua aplicação generalizada pelas PME, incluindo as microempresas, é de grande importância, uma vez que elas são os maiores contribuintes e empregadores para a economia e o emprego. Ainda que inúmeras PME já venham assumindo a sua responsabilidade para com a sociedade, através, principalmente, de um empenho a nível local, um maior esforço em apoiar a difusão de boas práticas poderá contribuir para uma maior divulgação do conceito e, conseqüentemente, de melhores práticas.<sup>91</sup>

A responsabilidade social das empresas traduz-se também numa integração adequada ao local, seja na Europa ou a nível internacional. As empresas contribuem para a vida das comunidades locais em termos de emprego, remunerações, benefícios e impostos. Por outro lado, as empresas dependem de salubridade, estabilidade e prosperidade nas comunidades onde operam. Logo, a reputação de uma empresa na sua zona de implantação, a sua imagem não só enquanto empregador e produtor, mas também como agente no plano local, são fatores que influenciam positivamente na competitividade.

---

<sup>91</sup> COMISSÃO EUROPEIA. Documentos Oficiais. Disponível em: <[http://europa.eu.int/comm/off/green/index\\_pt.htm](http://europa.eu.int/comm/off/green/index_pt.htm)>. Acesso em: 02/02/06.

As empresas interagem igualmente com o meio físico local. Algumas apostam em um ambiente mais limpo para sua produção ou prestação de serviços – ar ou água limpos ou ainda redes rodoviárias em bom estado e descongestionadas. Por outro lado, é possível atribuir a essas empresas responsabilidade por um conjunto de atividades poluentes: ruído, luz, poluição das águas, emissões aéreas, contaminação do solo e os problemas ambientais inerentes ao transporte e eliminação de resíduos.

Assim, o Livro Verde elaborado pela União Européia, enfatiza que o estabelecimento de relações positivas com a comunidade local e a conseqüentemente a acumulação de capital social é de particular importância para as empresas que vêm do exterior. As empresas multinacionais têm intensificado estas relações para apoiar a integração de suas filiais nos diversos mercados em que atuam. A familiaridade das empresas com os agentes locais, as tradições e potencialidades do meio local constituem um ativo que pode ser capitalizados.<sup>92</sup>

## **4.2 Normas para a padronização dos Sistemas de Gestão**

### **4.2.1 A “Família” ISO**

A ISO<sup>93</sup> (International Organization for Standardization ou Organização Internacional para a Padronização) é a mais importante e conceituada entidade internacional voltada para padronização através do desenvolvimento de normas de produção e sistemas de gestão. Fundada em 1947, em Genebra, na Suíça, a ISO congrega grêmios de 170 países no mundo e aprova normas internacionais em todos os campos técnicos, exceto na eletricidade e eletrônica. A ISO é uma organização não-governamental que atua como ponte de ligação entre os setores público e privado na normatização de padrões, e apesar de se caracterizar, principalmente, pelo atendimento às demandas industriais, possui membros e representantes dos governos, objetivando o consenso sobre as melhores soluções ao atendimento das necessidades mais amplas dos negócios e sociedade.

Sem que desconsideremos a principal motivação para que as empresas busquem a certificação através de organizações como a ISO, que é a manutenção da competitividade, da aquisição dos selos com objetivos e metas estratégicas, é necessário avaliar, também, os possíveis benefícios sociais da certificação dos sistemas de gestão baseados em

---

<sup>92</sup> Idem.

normas, benefícios esses, que podem vir a garantir a efetividade da manutenção e estabelecimento de condições de trabalho mais justas e decentes, principalmente, para a força de trabalho na cadeia de suprimentos.

A ISO 9001, certificação voltada para a Qualidade em produtos, processos e serviços, veio a atender uma demanda da estrutura organizacional flexível e terceirizada mantendo a garantia da qualidade de um produto ou serviço, padronização e o controle das não conformidades.

Além da certificação em Qualidade através da adoção do sistema de gestão proposto pela ISO 9001, as empresas podem optar pela adoção de normas de Saúde e Segurança (OHSAS 18001), Meio Ambiente (ISO 14001) e Responsabilidade Social (SA 8000, ABNT NBR 16001 e ISO 26001) cujos modelos são perfeitamente integráveis, facilitando assim, a sua implantação nas empresas interessadas.

A norma de certificação OHSAS 18001 (*Occupational Health and Safety Assessment Series*, ou *Série de Avaliação de Saúde e Segurança Ocupacional*), criada em 2001, é uma resposta às péssimas condições de trabalho, aos correntes acidentes industriais, aos milhares de profissionais que adquiriram doenças ocupacionais e à confusão gerada no ambiente de trabalho devido à reengenharia dos processos produtivos e flexibilização. A norma é aplicável a qualquer organização que deseje estabelecer um sistema de gestão de Saúde e Segurança do Trabalho para eliminar ou minimizar os riscos para os trabalhadores e outras partes interessadas que podem ser expostas aos riscos associados as suas atividades.

Entusiastas, consultores e profissionais da área afirmam que um sistema de gestão em Saúde e Segurança baseado na OHSAS garante a obtenção dos seguintes benefícios: redução de absentismo; melhoria da produtividade; maior economia de custos; redução de demandas por indenização e de seguro de acidente; melhoria da imagem da empresa; melhoria nas relações cliente/fornecedor; diminuição da rotatividade de pessoal e moral, motivação e conscientização maiores do trabalhador no trabalho. Benefícios esses, que se atingidos, poderiam minimizar as mais graves conseqüências da precarização, resultante da flexibilização e especialização do trabalho.

Com o objetivo de atender as demandas mundiais sobre o tema Responsabilidade Social, o Conselho da ISO convidou seu Comitê de Política do Consumidor (Copolco), em

maio de 2001, a analisar e considerar a viabilidade da criação de uma norma internacional nessa área.

Para elaboração da norma, a ISO, recebeu orientações do seu *Strategic Advisory Group* (SAG), através de relatório técnico, finalizado em abril de 2004, que apresentava uma série de pesquisas, discussões e reuniões em âmbito internacional, levantando os principais pontos a serem considerados pela ISO nesta área.

O SAG destacou dois principais aspectos a serem considerados. O primeiro aspecto dizia respeito a tópicos relacionados à normalização da Responsabilidade Social como: necessidade ou não da normalização; custos e benefícios; iniciativas já existentes neste campo; integração dos aspectos ambientais, econômicos e sociais; integração dos instrumentos legais e outros requisitos; normalização de processo ou desempenho e aplicação de normas e Responsabilidade Social nos diversos setores. O segundo ponto de discussão abordava a capacidade da ISO desenvolver um trabalho na área de Responsabilidade Social, abrangendo uma ampla discussão sobre competência que envolvia temas como: o conhecimento que a ISO deveria desenvolver nesse campo; quais partes interessadas deveriam ser envolvidas no processo; como a ISO deveria relacionar-se com as demais iniciativas existentes no campo da Responsabilidade Social e outras questões.<sup>94</sup>

Finalmente, o SAG chegou a um consenso de que os trabalhos deveriam ser liderados por uma parceria entre um país desenvolvido e um país em desenvolvimento, no sistema de condução denominado *twinning*. Dessa forma, numa decisão histórica, juntamente com a Suécia, o Brasil passou a presidir e secretariar de maneira compartilhada o grupo de trabalho de Responsabilidade Social da ISO. Inaugurou-se, assim, o processo de elaboração da chamada “terceira geração de normas”, pós as séries ISO 9000 (gestão da qualidade) e ISO 14000 (gestão ambiental). A conclusão da organização ISO 26000 – numeração adotada para a norma de Responsabilidade Social – estava prevista para 2008, no entanto o prazo foi estendido para meados de 2009.<sup>95</sup>

#### 4.2.2 SA 8000

A norma mais popular em Responsabilidade Social é a SA 8000 (Social Accountability) que possui grande aceitação e adesão, principalmente na Itália, Índia, China

---

<sup>94</sup> MALFANCINI, 2006, p.34.

<sup>95</sup> MALFANCINI, 2006, p.39.



e Brasil, respectivamente. Conforme os dados disponibilizados na página da organização, hoje, há 933272 trabalhadores cobertos pela norma e 1779 empresas certificadas em 67 países<sup>96</sup>. Uma das características mais importantes dessa norma é a capacidade de gerar uma cadeia de práticas virtuosas através do incentivo e influência a seus fornecedores e clientes, uma vez que requisitos relacionados à proibição do trabalho infantil e do trabalho forçado ou escravo devem ser estendidas a, principalmente, seus fornecedores e clientes, através celebração de um termo de compromisso formal e cláusulas contratuais.

A norma é composta por nove requisitos que têm como base as Convenções da Organização Internacional do Trabalho, a Declaração Universal dos Direitos Humanos e a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança. A certificação cobra ainda o cumprimento da legislação local.

Os requisitos que devem ser incorporados pela empresa são:

- 1) **Trabalho infantil** - Não é permitido. Trabalho infantil é aquele executado por pessoa menor de 15 anos (ou a idade mínima estabelecida pelas leis locais, ou que for mais restrito). Caso a empresa, que estiver buscando a certificação, tenha em seu quadro menores de 15 anos (no Brasil, menores de 16 anos), ela deve estabelecer, documentar, manter e efetivamente comunicar aos trabalhadores e a outras partes interessadas, as políticas e procedimentos para reparação de crianças, assim como, deve fornecer apoio adequado. Isto evita que as crianças despedidas se submetam a trabalhos ainda mais penosos (já que geralmente estão inseridas num contexto de pobreza extrema e o trabalho é a única forma de sobrevivência). O trabalho de jovens na idade entre 16 e 18 anos é permitido desde que a empresa apresente programa de aprendizado, que a soma das horas trabalhadas, de estudo e deslocamento (casa, escola, trabalho) não ultrapasse o limite de 10 horas diárias e que o jovem aprendiz não tenha de se submeter a trabalhos considerados perigosos, insalubres ou moralmente inadequados;
- 2) **Trabalho forçado** - Não é permitido. É caracterizado trabalho forçado aquele em que o trabalhador não recebe remuneração em troca de seu esforço. Não é permitida a retenção de documentos pela empresa nem a realização de depósitos por parte dos empregados;
- 3) **Saúde e Segurança** - Devem ser asseguradas. Manutenção de um ambiente de trabalho saudável, foco na prevenção de acidentes, manutenção de máquinas, utilização de equipamentos de segurança e treinamentos regulares devem constar em um sistema de gerenciamento de saúde e segurança da empresa.
- 4) **Liberdade de associação e negociação coletiva** - Devem ser garantidas. Os trabalhadores não precisam necessariamente associar-se, mas devem ter direito ao diálogo com a empresa. A comunicação direta deve ser estimulada.
- 5) **Discriminação** - Não é permitida. Especialmente em caso de contratação, remuneração, acesso a treinamento, promoção ou encerramento de contrato

---

<sup>96</sup> Site Social Accountability International , 2008.

baseados em critérios como classe social, etnia, sexo, orientação sexual, religião, deficiência, associação a sindicato ou afiliação política.

- 6) **Práticas disciplinares** - Não são permitidas. Punições físicas ou morais, coerção física e abuso verbal, pagamento de multas por não cumprimento de metas não são toleradas.
- 7) **Horário de trabalho** - Não deve ultrapassar 48 horas semanais, além de 12 horas-extras, por semana. Pelo menos um dia de descanso deve ser respeitado a cada sete dias trabalhados. No caso do Brasil, a legislação é mais restrita permitindo uma jornada semanal de 44 horas, e deve ser respeitada.
- 8) **Remuneração** - Deve ser suficiente para cobrir custos de moradia, vestuário, alimentação, além de uma renda extra. A empresa deve assegurar que não sejam realizados contratos por trabalho executado ou esquemas de falsa aprendizagem para evitar o cumprimento de obrigações impostas por lei.
- 9) **Sistemas de gestão** – A empresa deve manter um sistema de gestão implementado, de forma a garantir a efetividade do cumprimento de todos os requisitos da norma, através de documentação, manutenção, comunicação e monitoramento em relação às questões abordadas na norma, num processo de melhoria contínua.

#### 4.2.3 ABNT NBR 16001

Esta Norma estabelece os requisitos mínimos relativos a um sistema da gestão da responsabilidade social, permitindo à organização formular e implementar uma política e objetivos que levem em conta os requisitos legais e outros, seus compromissos éticos e sua preocupação com a: promoção da cidadania; promoção do desenvolvimento sustentável; e transparência das suas atividades.

Para isso, esta norma estabelece os elementos básicos necessários a um sistema de gestão da responsabilidade social eficaz, passível de integração com outros requisitos de gestão, de forma a auxiliar as organizações que o adotem a alcançar seus objetivos relacionados com os aspectos da responsabilidade social.

A Norma NBR 16001 não prescreve critérios específicos de desempenho da responsabilidade social e se aplica a qualquer organização que deseje:

- a) implantar, manter e aprimorar um sistema da gestão da responsabilidade social;
- b) assegurar-se de sua conformidade com a legislação aplicável e com sua política da responsabilidade social;
- c) apoiar o engajamento efetivo das partes interessadas;
- d) demonstrar conformidade com esta Norma ao: realizar uma auto-avaliação e emitir auto-declaração da conformidade com esta Norma; buscar confirmação de sua conformidade por partes que possuam interesse na organização; buscar

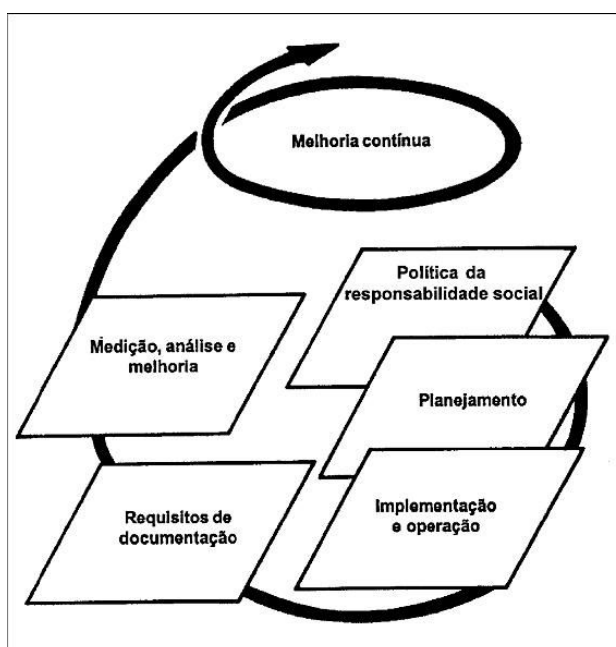
confirmação da sua auto-declaração por uma parte externa à organização ou buscar certificação do seu sistema da gestão da responsabilidade social por uma organização externa.

Os requisitos desta Norma são genéricos para que possam ser aplicados a todas as organizações. A sua aplicação dependerá de fatores como a política da responsabilidade social da organização, a natureza de suas atividades, produtos e serviços e da localidade e das condições em que opera.

**Figura 03**

**NBR 16001**

**Modelo de Sistema de Gestão de Responsabilidade Social**



Fonte: ABNT NBR 16001

A Norma exige que a organização elabore uma declaração formalmente constituída dos seus compromissos e diretrizes para atender as principais necessidades do seu Sistema de Gestão de Responsabilidade Social, através de uma política de que deve ser implementada, enraizada e difundida para todos os membros da organização, incluindo seus colaboradores diretos e terceirizados. A Política de Responsabilidade Social deve fazer menção e estabelecer o compromisso da organização com a ética e o desenvolvimento sustentável, com a prevenção de impactos sociais adversos oriundos das suas atividades, produtos e serviços e com a melhoria contínua de seus serviços, processos e atuação socialmente responsável.

O Planejamento é a etapa em que são estabelecidos os objetivos e os processos necessários para se produzirem resultados em conformidade com a Política de Responsabilidade Social da Organização.

Para isso são estabelecidos: a) os Aspectos de Responsabilidade Social, onde são identificadas as partes interessadas e suas percepções, de maneira que os mesmos possam ser mapeados, controlados e influenciados pela organização; b) Requisitos Legais e Outros, que deverão fornecer orientações para que a organização defina uma sistemática para identificar, acessar e manter sempre atualizada a legislação e outros requisitos aplicados ao seu negócio e atividade; c) Objetivos, Metas e Programas, que devem atender as demandas suscitadas pelas partes interessadas<sup>97</sup>; d) Recursos, Regras, Responsabilidade e Autoridade, que tem o objetivo de assegurar o compromisso da alta direção na disponibilização dos recursos para estabelecimento, implantação, manutenção e melhoria do sistema de gestão, devem ser definidas funções, responsabilidades e autoridades, assim como um representante da direção que responda em nome da empresa sobre os assuntos relacionados ao Sistema de Gestão em Responsabilidade Social.

A etapa referente à Implementação e Operação vem a estabelecer os objetos e processos necessários para se produzirem resultados em conformidade com a Política de Responsabilidade Social da Organização, como: a necessidade de competência, treinamento e conscientização; uma estrutura de comunicação interna e externa que seja bem implementada e sirva para a divulgação de informações importantes para os públicos de interesse; o controle operacional de seus processos, identificando as atividades associadas aos aspectos de responsabilidade social.

Sistema de Gestão de Responsabilidade Social proposto pela norma ABNT NBR 16001, conta ainda com itens referentes aos Requisitos de documentação, no qual toda a documentação e registros necessários são definidos de forma a assegurar o planejamento, operação e controle eficazes dos processos.

---

<sup>97</sup> Dentre as demandas suscitadas pelas partes interessadas devem ser contemplados itens que remetam a boas práticas de governança; combate à pirataria, sonegação, fraude e corrupção; práticas leais de concorrência; direitos da criança e do adolescente, incluindo o combate ao trabalho infantil; direitos do trabalhador, incluindo o de livre associação, de negociação, a remuneração justa e benefícios básicos, bem como o combate ao trabalho forçado; promoção da diversidade e combate à discriminação cultural, de gênero, étnica, idade, pessoa portadora de necessidades especiais; compromisso com o desenvolvimento profissional; promoção da saúde e segurança; promoção de padrões sustentáveis de desenvolvimento, produção, distribuição e consumo, contemplando fornecedores, prestadores de serviço, entre outros; proteção ao meio ambiente e aos direitos das gerações futuras; e ações sociais de interesse público.

A Medição e Análise de Melhorias possui o objetivo de averiguar, verificar e monitorar o atendimento à Política de RS, aos objetivos e metas, à legislação e outros requisitos subscritos, de forma a reportar os resultados e proporcionar subsídios para a formulação de planos de ação. Uma das formas de monitorar tal atendimento é através da implantação de ferramentas de Responsabilidade Social, como os Indicadores que serão apresentados no item subsequente do presente trabalho.

Análise Crítica pela Alta Administração é item referente ao fornecimento de diretrizes para que a Alta Administração faça uma avaliação periódica dos resultados obtidos através do seu Sistema de Gestão em RS, com o objetivo de adotar medidas para a melhoria contínua, assim como manter o tema da Responsabilidade na pauta das discussões que envolvem as decisões estratégicas da empresa.

#### ***4.3 Instrumentos e Ferramentas para a Gestão de Responsabilidade Social***

Em um contexto onde a atuação responsável é cada vez mais valorizada como diferencial para marcas e produtos - possuindo alto potencial na geração de valor agregado, mais cobrada por clientes e consumidores, mais estimulada pelas obrigações legais, mais regulada pelos órgãos e instituições de regulação e normatização, torna-se imprescindível a adoção de ferramentas e indicadores que venham a possibilitar a medição e o estabelecimento de metas no que se refere a ações voltadas para a responsabilidade social, seja empresarial, institucional ou mesmo individual, de cada cidadão.

Os indicadores de responsabilidade social e ambiental se tornaram, dessa forma, a ferramenta mais amplamente difundida, nos últimos tempos, obtendo alto grau de adesão e aceitação, principalmente por parte das empresas que optaram pela implantação de um Sistema de Gestão e que possuem o objetivo de tornar público o seu desempenho no que tange os aspectos relacionados, através da publicação de Balanços Sociais.

Conhecer o desempenho das organizações, no que se refere a sua atuação social e ambientalmente responsável, vem a despertar o interesse não só de seus *stakeholders*, mas da própria organização que encara na possibilidade de verificar a eficiência e eficácia de suas ações, a oportunidade de angariar maior apoio de seus colaboradores no alcance de seus objetivos e metas, maior confiança de seus parceiros e investidores e maior transparência nas relações com seus públicos de interesse.

### *4.3.1 Indicadores de Desempenho em Responsabilidade Social*

Atualmente, existem no mercado vários modelos e matrizes de indicadores de responsabilidade social que servem ao propósito de medir e monitorar as políticas e ações sociais implementadas pelas empresas e organizações.

Os indicadores mais difundidos e aplicados entre as empresas são: Os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social; Os Indicadores Ibase para a formulação do Balanço Social Anual; O Questionário de Sensibilização – Comissão Européia; Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade – GRI e os Critérios e Conceitos do PNQ – da Fundação Nacional da Qualidade.

Nesse momento, não nos deteremos a uma análise mais aprofundada dos instrumentos acima citados, devido a complexidade e extensão desses documentos, apenas discutiremos os temas básicos avaliados através dos indicadores, de maneira a fornecer um entendimento mais amplo sobre os itens monitorados.

O Instituto Ethos de Responsabilidade Social propõem através de seus indicadores de desempenho sete grandes temas definidos como: Valores e Transparência; Público Interno; Meio Ambiente; Fornecedores; Consumidores e Clientes; Comunidade; Governo e Sociedade.

Dessa forma, garante a instituição que:

A estrutura dos Indicadores Ethos permite que a empresa planeje o modo de alcançar um grau mais elevado de responsabilidade social. A disposição em escala fornece parâmetros para passos subseqüentes e, juntamente com os indicadores binários, aponta diretrizes para o estabelecimento de metas de aprimoramento dentro do universo de cada tema.<sup>98</sup>

A organização do questionário, para o Instituto Ethos, se dá, a partir dos indicadores abaixo:

---

<sup>98</sup> INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2008 p.5.

<b>Quadro 03 – Indicadores Ethos de Responsabilidade Social.</b>		
<b>VALORES E TRANSPARÊNCIA</b>	Auto Regulação da Conduta	Compromissos Éticos
		Enraizamento na Cultura Organizacional
	Relações Transparentes com a Sociedade	Diálogo com os Stakeholders
		Relações com a Concorrência
<b>PÚBLICO INTERNO</b>	Diálogo e Participação	Relações com Sindicatos
		Gestão Participativa
	Respeito ao Indivíduo	Compromisso com o Futuro das Crianças
		Valorização da Diversidade
	Trabalho Decente	Política de Remuneração, Benefícios e Carreira
		Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho
		Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade
<b>MEIO AMBIENTE</b>	Responsabilidade Frente às Gerações Futuras	Comprometimento da empresa com a Causa Ambiental
		Educação Ambiental
	Gerenciamento do Impacto Ambiental	Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços
<b>FORNECEDORES</b>	Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores	CrITÉrios de Seleção e Avaliação de Fornecedores
		Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva
		Relações com Trabalhadores Terceirizados
		Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores
<b>CONSUMIDORES E CLIENTES</b>	Dimensão Social do Consumo	Política de Comunicação Comercial
		Excelência do Atendimento
		Conhecimento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços
<b>COMUNIDADE</b>	Relações com a Comunidade Local	Gerenciamento da empresa na Comunidade de Entorno
		Relações com Organizações Locais
	Ação Social	Financiamento da Ação Social
		Envolvimento da Empresa com a Ação Social
<b>GOVERNO E SOCIEDADE</b>	Transparência Política	Contribuições para Campanhas Políticas
		Práticas Anticorrupção e Propina
	Liderança Social	Liderança e Influência Social
		Participação em Projetos Sociais Governamentais

Fonte: Instituto Ethos, 2008.  
Elaboração: Própria.

Para um melhor entendimento sobre indicadores de responsabilidade social, recomenda-se a observação e análise do ANEXO 1, onde pode ser verificado um

levantamento de indicadores de desempenho em responsabilidade social construído a partir das diretrizes divulgadas pelo Instituto Ethos, GRI, Ibase e PNQ/FNQ.

#### *4.3.2 IDH e Pegada Ecológica*

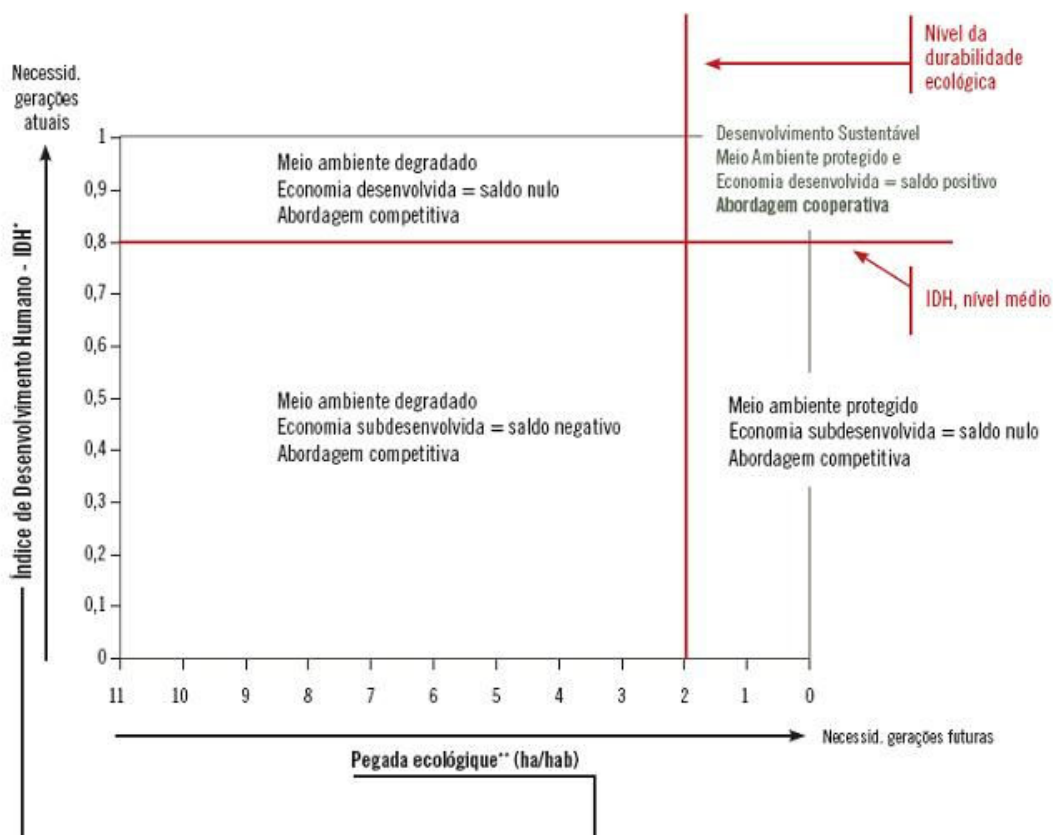
A primeira ocorrência da expressão “Pegada Ecológica” surgiu em 1992 e foi criada por William Rees, professor e ecologista canadense. Já em 1996, William Rees e Mathis Wackernagel publicam o livro chamado *Our Ecological Footprint: Reducing Human Impact on the Earth*, que propõe uma metodologia que converte hábitos de consumo e estilo de vida em hectares de terra produtiva necessários para a manutenção dos padrões de consumo e produção que satisfaçam aos indivíduos.

Dessa forma, a expressão popularizou-se, principalmente pela sua ampla aplicabilidade, que permite o cálculo da “pegada ecológica” de indivíduos, grupos, nações e até mesmo, blocos continentais ou econômicos. Este instrumento é um indicador de sustentabilidade ecológica, que mede, entre outros fatores, a disponibilidade de recursos naturais de um país, possibilitando uma análise das condições de desenvolvimento e crescimento, inclusive, econômico, já que entendemos a posição de destaque dos insumos como fator indispensável na produção de riquezas.

Para uma análise da “Pegada Ecológica” referente às nações, podemos observar o seguinte gráfico ilustrativo:



FIGURA 04



Fonte: Compêndio para Sustentabilidade, p.32.

O gráfico apresenta no eixo Y (linha vertical) valores referentes ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). O IDH é uma medida indicativa e não exaustiva do desenvolvimento humano, criado pelo PNUD em 1990. Os fatores ou indicadores que integram o índice são: o nível de vida (PNB/capita), a expectativa de vida e o nível de instrução e acessos ao conhecimento (alfabetização dos adultos e escolarização das crianças). As Nações Unidas fixou um objetivo de IDH de 0,8 como valor mínimo desejado e meta a ser alcançada pelo países.<sup>99</sup>

O eixo X (linha horizontal) diz respeito aos valores relacionados à “pegada ecológica”. Segundo o documento Compêndio para a Sustentabilidade:

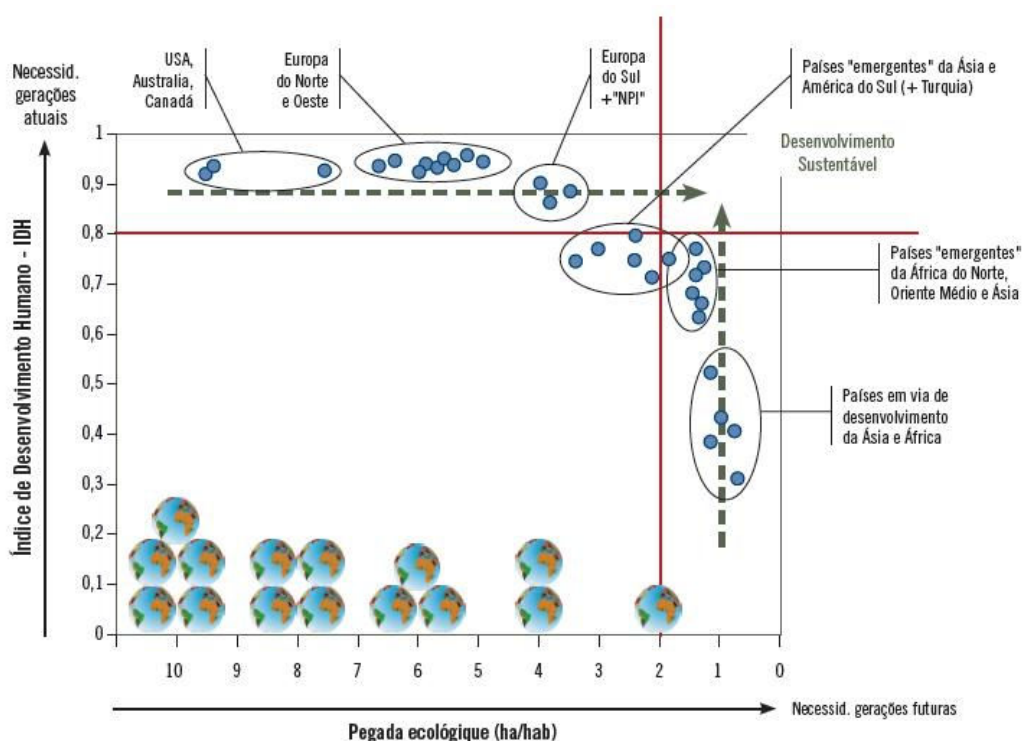
A superfície biologicamente produtiva na terra (base do ecossistema e da humanidade) é limitada. A Pegada Ecológica mede a superfície necessária para produzir os recursos consumidos pela população, bem como, para absorver os

<sup>99</sup> COMPÊNDIO PARA SUSTENTABILIDADE, (DATA), p.32.

desperdícios que produz. A superfície produtiva da Terra disponível para o desenvolvimento é de 11,4 mil milhões de hectares, ou seja, em média 1,9 ha/habitante. Era em 1999 de 2,3 há, ou seja, 20% acima. A Pegada Ecológica permite avaliar a “sustentabilidade ambiental”.<sup>100</sup>

O gráfico abaixo representa o índice de desenvolvimento humano (IDH) *versus* o indicador de sustentabilidade ecológica (“Pegada Ecológica”, que através de simulação indica o número de planetas necessários para que os níveis de consumo e produção sejam mantidos) no qual estão localizados países e regiões globais, conforme seu IDH e necessidade das gerações futuras mantendo seus padrões de produção e consumo.

FIGURA 05



Fonte: Compêndio para Sustentabilidade, p.33.

A preocupação com o consumo desenfreado de recursos naturais e os diversos impactos negativos gerados pela exploração do Meio Ambiente, vem se tornando um imperativo não só de ordem econômica, ao tornar evidente o *déficit* gerado pelas grandes potências mundiais, ao expor as limitações para o desenvolvimento e crescimento econômico baseado nas formas convencionais de produção de consumo, mas têm-se

<sup>100</sup> COMPÊNDIO PARA SUSTENTABILIDADE, (DATA), p.32.

apresentado como uma questão de saúde pública, como denunciado pelo Instituto Worldwatch, que destaca também a origem de guerras e conflitos da época contemporânea:

(...) as doenças infecciosas – muitas delas relacionadas à qualidade da água – atualmente matam duas vezes mais do que câncer. A falta de água limpa ou saneamento mata 1,7 milhões de pessoas por ano, 90% das quais são crianças. Boa parte das guerras ou conflitos armados dos últimos anos é ligada ao controle de minorias econômicas ou étnicas sobre recursos naturais valiosos, sejam eles minérios, pedras preciosas, petróleo, água ou madeira, como foi o caso de Angola. Os gastos militares de 2001 foram estimados em 839 bilhões ou 2,3 bilhões por dia (segundo PNUD). Os Estados Unidos respondem por 36% deste total mundial.<sup>101</sup>

Frente a esta e outras questões de extrema relevância, verificamos a importância pedagógica e o efeito didático da aplicação de indicadores e índices para o entendimento e monitoramento das ações sociais e ambientalmente responsáveis.<sup>102</sup>

---

<sup>101</sup> Site Instituto Worldwatch

<sup>102</sup> Para cálculo e análise “Pegada Ecológica” individual, acessar: <http://www.pegadaecologica.org.br/>.

## **Capítulo 5 – A percepção do Empresariado Macaense, do Setor de Serviços da Indústria do Petróleo, em relação à Adoção de Práticas Socialmente Responsáveis**

### **5.1 O contexto local: Macaé e a Região Norte Fluminense**

O município de Macaé localiza-se na Região Norte Fluminense, correspondendo a 22% do território do Estado do Rio de Janeiro, que é composta pelos seguintes municípios: Campos dos Goytacazes, Carapebús, Cardoso Moreira, Conceição de Macabú, Quissamã, São Fidelis, São Francisco de Itabapoama, São João da Barra e Macaé, que possui uma área de 1.216 Km<sup>2</sup> e faixa litorânea de 40 Km de extensão.

Com relação aos mananciais, além do vasto litoral, a cidade de Macaé tem sua geografia cortada pelos rios Macaé, São Pedro, Macabu, Sana e Duas Barras, além de alguns córregos. A cidade possui ainda a Lagoa de Imboacica, a Lagoa de Jurubatiba e o Canal Campos-Macaé.

O acesso ao município dá-se através da ferrovia (que tem como principal função o transporte de cargas até o Porto de Imbetiba, no qual é escoada a produção de petróleo da Bacia de Campos) e rodovias, como a RJ -106, RJ – 162, RJ – 168 e BR - 101. O transporte coletivo é realizado, principalmente, por duas empresas: Macaense e São Cristóvão, no entanto, a cidade ainda conta com empresas que praticam o transporte alternativo dos passageiros. Já o transporte interestadual é realizado por grandes empresas e é de extrema importância para o município, que recebe diariamente uma grande população flutuante ocupada no setor petrolífero. O município dispõe de uma frota de 31.897 veículos do tipo automóvel e 2.397 caminhões, contabilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, no ano de 2007.<sup>103</sup>

Segundo estimativa do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), a população macaense chegou em 2007 a 169.513 habitantes e conta com 97.184 votantes. O PIB (Produto Interno Bruto) para a indústria, no ano de 2006, contabilizou 3.529.053 milhões de reais, sendo conferido ao PIB *per capita* o valor de 40.281 reais, para o mesmo ano. No entanto, o município apresenta um índice de pobreza de 14,65%, ocupando o 37º lugar no ranking do Estado do Rio de Janeiro, ficando atrás de municípios como Campos

---

<sup>103</sup> IBGE, 2007.

dos Goytacazes, Barra do Piraí, Cabo Frio e Bom Jesus do Itabapoana, conforme apresentado no *Mapa de Pobreza e Desigualdade - Municípios Brasileiros -2003 – IBGE*.<sup>104</sup>

O mau desempenho com relação à pobreza e desigualdade, apresentado pelo município, decorre da grande concentração de renda ocasionada, principalmente, pelas peculiaridades da indústria do petróleo, que demanda uma mão de obra extremamente especializada, oferecendo assim, poucas oportunidades aos trabalhadores locais e imigrantes que incentivados pela dinâmica economia local, instalaram-se no município, a partir dos anos 70, na busca por empregos e postos de trabalho.

Dessa forma, observou-se no Norte Fluminense e Baixada Litorânea novas polarizações demográficas estimuladas pela formação do aglomerado produtivo do petróleo e gás em Macaé, que proporcionou uma nova dinâmica regional, principalmente por conta da oferta de empregos, transformando o município em um novo centro regional para o Estado e região. Este ciclo econômico, baseado na indústria extrativa mineral, possibilitou ainda um amplo desenvolvimento da região Norte Fluminense através instalação de diversas empresas, principalmente do setor de serviços, que passaram a fornecer insumos e serviços especializados à cadeia petrolífera. Tal dinamismo proporcionou um amplo desenvolvimento que pode ser estendido a outros mercados e regiões através de novas possibilidades e mercados para setores como a indústria química e a construção naval.

Outro fator que veio contribuiu para o amplo desenvolvimento da cadeia de serviços votados para a indústria do petróleo foi a Lei nº 9.478/97 que flexibilizou o monopólio das atividades de exploração e produção de petróleo e gás, determinando o incremento na participação percentual dos *royalties* da União, Estados e Municípios. Como resultado destas transformações econômicas e políticas houve um acelerado crescimento e Macaé tornou-se pólo da indústria petrolífera do Brasil por ser à base de operações da produção *offshore* da Petrobras, na Bacia de Campos.

## **5 2 A Petrobras e o complexo petrolífero**

Na década de 70, a Petrobras<sup>105</sup> instalou na Bacia de Campos, tendo por base o município de Macaé, uma estrutura tecnológica e industrial que constitui hoje um dos

---

<sup>104</sup> IBGE, 2003.

maiores e mais modernos pólos de petróleo do mundo, sendo a maior do gênero montado por uma única empresa. Esse complexo foi e é constituído por diversas plataformas e embarcações de vários tipos e dimensões, milhares de quilômetros de dutos e de válvulas no fundo do oceano, laboratórios e unidades para apoio técnico e administrativo.

Desde as primeiras descobertas petrolíferas na Bacia de Campos, o desenvolvimento da atividade industrial em Macaé foi impulsionado por dois fatores principais: os crescentes investimentos realizados pela Petrobras e pelo ingresso de inúmeras empresas – sobretudo estrangeiras – atraídas pela oportunidade de negócios, a partir de 1998, como resultado da quebra do monopólio detido pela Petrobras, com o advento da Lei nº 9.478/97.<sup>106</sup> Dessa forma, em pouco mais de três décadas o município de Macaé presenciou a extrema mudança em sua base produtiva que culminou em uma complexa rede de empresas voltadas para as atividades industriais de produção e exploração de petróleo e gás e apoiada por uma vasta concentração de prestadoras de serviços.

Conforme Dias<sup>107</sup>, a decisão pela implantação da base de operações da Petrobras, que possibilitou a formação do aglomerado petrolífero no município de Macaé, foi influenciada por dois fatores. O primeiro considerava a questão dos custos de logística e transportes, uma vez que Macaé localiza-se a menor distância do Rio de Janeiro, comparado a Campos dos Goytacazes, por exemplo. O segundo fator considerado referia-se à infra-estrutura urbana e portuária pré-existentes na cidade, que lhe dava uma condição de vantagem com relação a outros municípios do Norte Fluminense. No entanto, apesar de o aglomerado constitui-se como a principal bacia petrolífera do país e lugar de grande

---

<sup>105</sup> A Petróleo Brasileiro S.A., é uma sociedade anônima de capital aberto, controlada pelo governo brasileiro que detêm 55,22% de suas ações ordinárias e, portanto, de seu capital votante. No Brasil e no exterior a Petrobras abrange toda a cadeia de operações da indústria de petróleo, gás e energia. Sua cadeia produtiva abrange atividades que vão desde a exploração e a produção de óleo e gás natural, refino, processamento de gás natural, distribuição de derivados, comercialização e transporte por dutos até a produção de produtos petroquímicos e a geração, distribuição e transmissão de energia elétrica. Em números, a Petrobras, apresenta 161.143 acionistas, uma frota de 120 navios, onde 46 são de propriedade da empresa, 95 plataformas de produção e 16 refinarias. Com relação aos empregados, os números são exorbitantes: 39.091 funcionários no Brasil, 5.939 funcionários na área internacional somando 52.037 funcionários. Sendo que a este número deve-se acrescentar mais 146.826 funcionários contratados pela Empresa. As atividades da Companhia concentram-se, até o momento, no Sudeste do Brasil, uma vez que essa região absorve 67% dos funcionários contabilizados em todo o país e quase 60% dos valores da folha de pagamento. (PETRÓLEO BRASILEIRO SA. 2006. p.6)

<sup>106</sup> SILVA, 2005.

<sup>107</sup> DIAS, 2005.

importância para os interesses nacionais, há pontos relacionados ao desenvolvimento do negócio que ainda se apresentam deficientes e imaturos como: a pequena interação entre empresas e instituições de ensino superior, a dificuldade em adquirir e adaptar tecnologias exógenas, além de pouca preocupação com a inovação tecnológica e o baixo investimento em gestão.<sup>108</sup>

De acordo com o relato de Silva, as empresas prestadoras de serviço instaladas em Macaé e voltadas para a indústria do petróleo concentram-se, principalmente, em três bairros, ou áreas industriais: Imboassica, Novo Cavaleiros e Parque de Tubos. As pequenas empresas são encontradas em áreas periféricas como o bairro Imbetiba que localiza-se na entrada da cidade, próximo ao centro e no entorno do aeroporto. Esta localização pode ser explicada pela necessidade de espaço que algumas dessas empresas possuem por se dedicarem a atividades cuja produção e matéria prima são de grande peso como contêineres e tubulações. Já as empresas de médio porte têm a sua localização nos bairros de classe média alta, como Novo Cavaleiros e Parque de Tubos. Segundo o autor, estas empresas, pequenas e médias, representam 90% do ISS (Imposto Sobre Serviço) arrecadado pelo município. As conseqüências dessa dinamização da economia local podem relacionadas ao repentino aumento populacional, aumento dos índices de criminalidade e aumento dos preços médios do mercado para habitação, alimentação e vestuário, com reflexos também no setor da construção civil e da prestação de serviços imobiliários.<sup>109</sup>

As empresas prestadoras de serviço dedicam-se, principalmente, no desenvolvimento de três atividades específicas: a exploração de petróleo (levantamento geofísico, serviços técnicos especializados como transporte, montagem de equipamentos, sísmica, avaliação de poços, dentre outros); o desenvolvimento (perfuração, cimentação de poços, perfilagem, serviços de instalação industrial como turbinas, turbo-compressores e árvores de natal molhada, geradores, linhas flexíveis, cabos elétricos) e a produção (extração de petróleo e gás relacionados com suporte técnico à plataformas, navios tanque, oleodutos e gasodutos).<sup>110</sup> Podemos observar ainda a presença significativa de grandes empresas instaladas no município, com a Shell, Total Fina, Elf, Exxon Móbil, Halliburton, TransOcean, entre outras.

O desenvolvimento das atividades da indústria do petróleo e a expansão de investimentos realizados pelas empresas destacou-se no cenário nacional como uma

---

<sup>108</sup> Idem.

<sup>109</sup> SILVA, 2005.

<sup>110</sup> Idem.

excelente oportunidade de negócios, atraindo assim, empresários da cadeia de suprimentos e serviços de diversas partes do Brasil e também do exterior. Ao ampliarem suas operações na região da Bacia de Campos, houve um acirramento natural da competição no mercado, que levou o empresariado macaense à busca de uma forma de fortalecimento baseada, principalmente em parcerias. Estas parcerias, que visam à sobrevivência no mercado e à manutenção dos contratos de prestação de serviços e fornecimento de insumos para a Petrobras (que modificou sua política de contratação a partir do ano de 2003, privilegiando contratos de maiores valores e prazos), podem hoje, ser observadas através da institucionalização da Rede Petro (SEBRAE) e o GEPS (Grupo de Empresas Prestadoras de Serviços da Indústria do Petróleo e Afins), por exemplo.<sup>111</sup>

### **5.3 Análise dos dados**

As empresas que fizeram parte da amostra apresentam peculiaridades características do setor e ramo a que pertencem. Conforme discutido anteriormente, a reestruturação produtiva e a flexibilização que levaram a terceirização de várias atividades possibilitaram o surgimento de um grande número de empresas de pequeno e médio porte, especializadas na realização de um tipo de tarefa. O município de Macaé, no qual encontram-se instaladas a Petrobras e demais empresas estrangeiras de produção e exploração de petróleo, acabou por concentrar grande número de empresas desse tipo, que viram na terceirização e na especialização das atividades, uma excelente oportunidade de negócios. Logo, são essas empresas, do setor de serviços, que fazem parte da nossa amostra e pesquisa, cujos dados e análise crítica serão discutidos a seguir.

É de extrema importância lembrar que os dados referem-se a informações declaradas pelos empresários e colaboradores designados para nos receber e que, em momento algum, puderam ser verificados através da apresentação de evidências. É por este motivo, que a presente pesquisa deve ser entendida como uma pesquisa de percepção do empresariado do setor de serviços macaense sobre suas ações e atuações relacionadas à Responsabilidade Social.

O primeiro bloco de dados analisados tem o objetivo de fornecer um perfil das empresas entrevistadas, de forma mais genérica e abrangente, enquanto o segundo bloco (que se inicia a partir de apresentação e comentários sobre o Gráfico 06) é direcionado a questões mais específicas envolvendo a atuação socialmente responsável das empresas.

---

<sup>111</sup> CLICKMACAÉ, sd.



A tabela xx nos oferece um perfil das empresas entrevistadas através da apresentação de dados referentes à área de atuação e atividades realizadas no mercado, número de funcionários, origem do capital investido, tempo de atuação no município, perfil educacional da mão-de-obra e identificação de sua clientela.

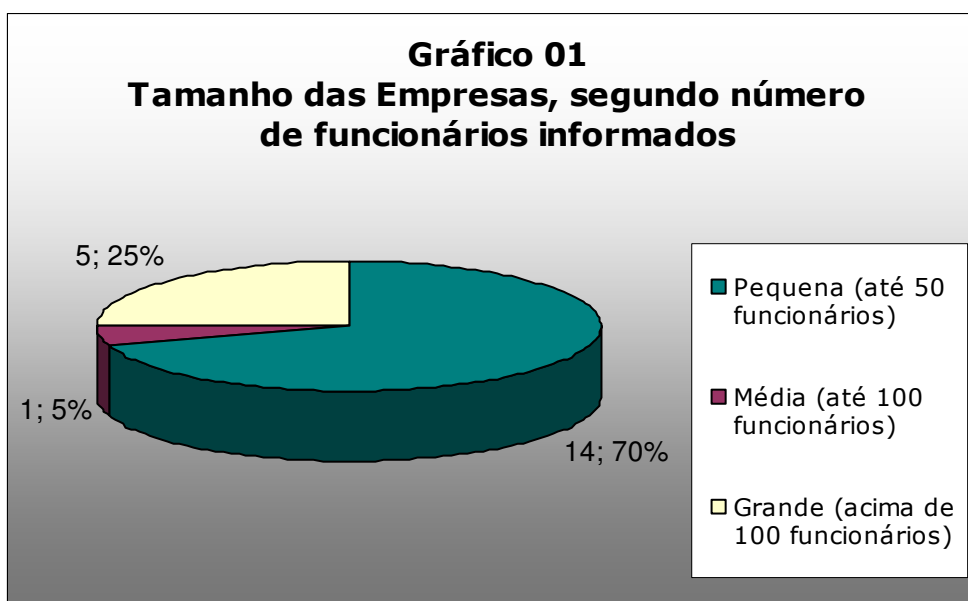
Segue, abaixo, a tabela de dados consolidados:

QUADRO 04

Setor de Atuação	Número de funcionários	Origem do Capital	Tempo de atuação	Perfil da mão-de-obra (educacional)	Prestadora de serviço para a Petrobrás
Artefatos de borracha	8	Nacional Privado	28	Ensino Médio	Sim
Locação de Compressores	15	Estrangeiro	2	Ensino Médio	Sim
Manutenção de equipamentos	6	Nacional Privado	5	Ensino Médio Técnico	Sim
Tecnologia/Subterrâneo	3	Nacional Privado	1	Ensino Superior	Sim
Manutenção de Caldeiras	40	Estrangeiro	6	Diversificado	Sim
Movimentação de cargas	500	Nacional Privado	5	Diversificado	Sim
Automação	Não informado	Nacional Privado	90	Ensino Médio Técnico	Sim
Automação	4	Nacional Privado	4	Diversificado	Sim
P&E	656	Estrangeiro	30	Diversificado	Sim
P&E	1000	Estrangeiro	48	Diversificado	Sim
Representação Comercial	30	Nacional Privado	12	Diversificado	Sim
Não informado	20	Nacional Privado	Não informado	Diversificado	Sim
Comércio	17	Nacional Privado	17	Diversificado	<b>Não</b>
Logística	850	Nacional Privado	10	Ensino Médio	Sim
Containers	33	Nacional Privado	8	Diversificado	Sim
Válvulas	4	Nacional Privado	4	Diversificado	Sim
Comércio	11	Nacional Privado	16	Ensino Médio	Sim
Consultoria	350	Nacional Privado	15	Ensino Médio	Sim
Não informado	8	Nacional Privado	7	Ensino Médio	Sim
Gerenciamento de Resíduos	22	Nacional Privado	2	Ensino Médio	Sim

Fonte e Elaboração próprias.

O Gráfico 01 nos fornece uma melhor visualização no que diz respeito ao tamanho das empresas, a partir do número de funcionários empregados, já que optamos por não questionar valores referentes ao faturamento, por se configurarem em informações confidenciais e que poderia suscitar algum tipo de hostilidade por parte do entrevistado e organização que representa.

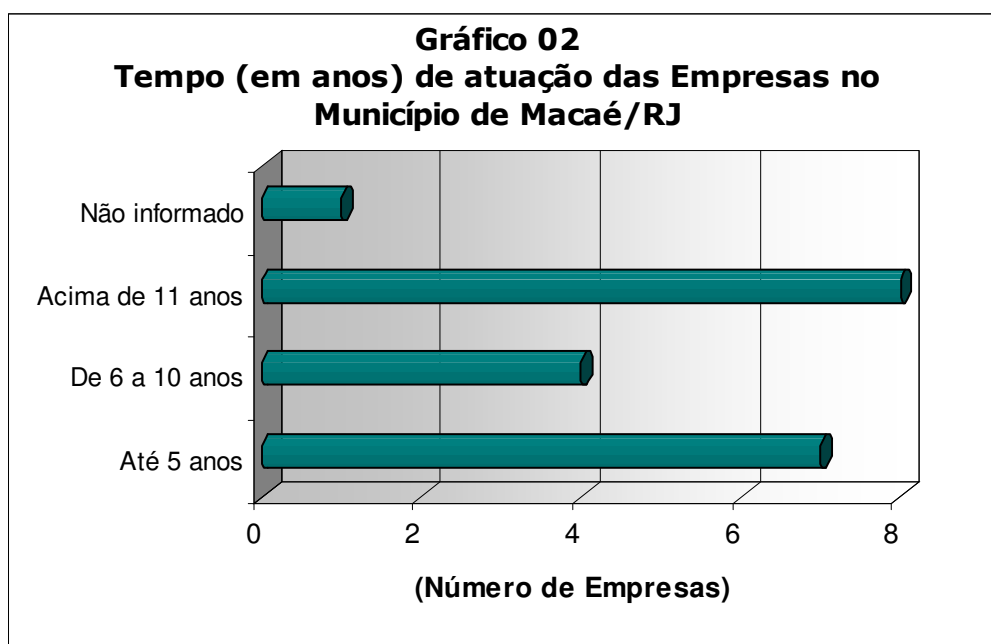


Fonte e Elaboração próprias.

Foi observado que 70% das empresas entrevistadas são pequenas, conforme a classificação desenvolvida, uma vez que absorvem menos de 50 funcionários para a execução das suas atividades. Essa informação vem a reafirmar a discussão anterior sobre a configuração do setor de serviços ser composto, principalmente, de empresas pequenas e muito especializadas.

Assim, 25% das empresas entrevistadas (5 empresas) puderam ser classificadas como grandes por contarem em suas listas de pagamento com mais de 100 funcionários diretos. Apenas uma empresa pode ser classificada como média, segundo parâmetros desenvolvidos, apresentando 90 empregados.

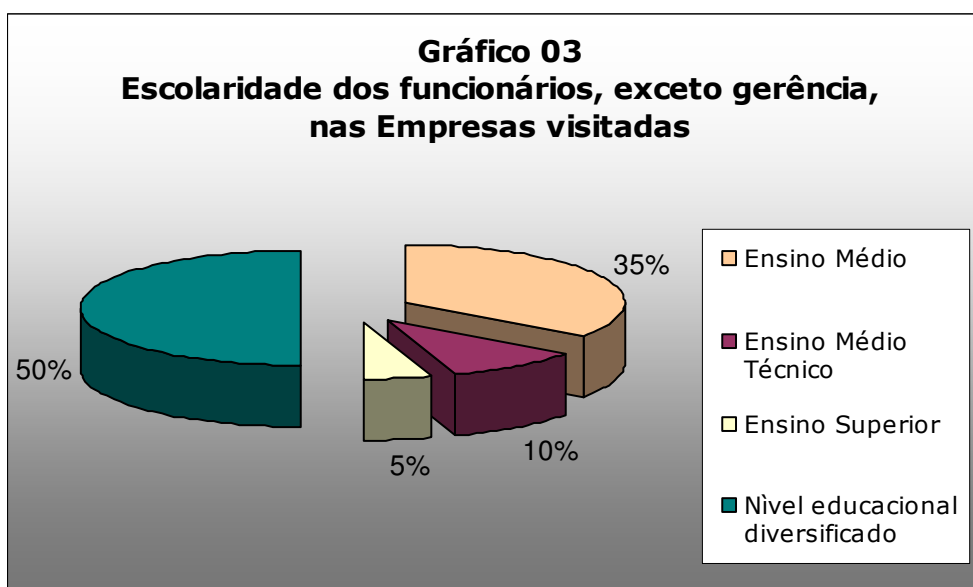
No Gráfico 02, podemos observar o tempo de atuação e instalação das empresas no município de Macaé. Esta informação é importante porque nos permite relacionar o tempo de atuação das empresas ao contexto histórico que veio a impulsionar o setor petrolífero, assim como sua maturidade. Empresas muito novas possuem uma gestão menos sistematizada e menor capacidade de investimento.



Fonte e Elaboração próprias.

O tempo de atuação das empresas em Macaé é variável, e pode ser relacionado ao ramo de atuação da mesma, conforme observado em pesquisa. Das 20 (vinte) empresas entrevistadas, 8 (oito) estão instaladas no município há mais de 11 anos. Cabe destacar que duas das empresas visitadas (classificadas como grandes) declaram atuar no município há mais de 20 anos, ou seja, instalaram-se no momento em que eram iniciadas as atividades de produção e exploração de petróleo.

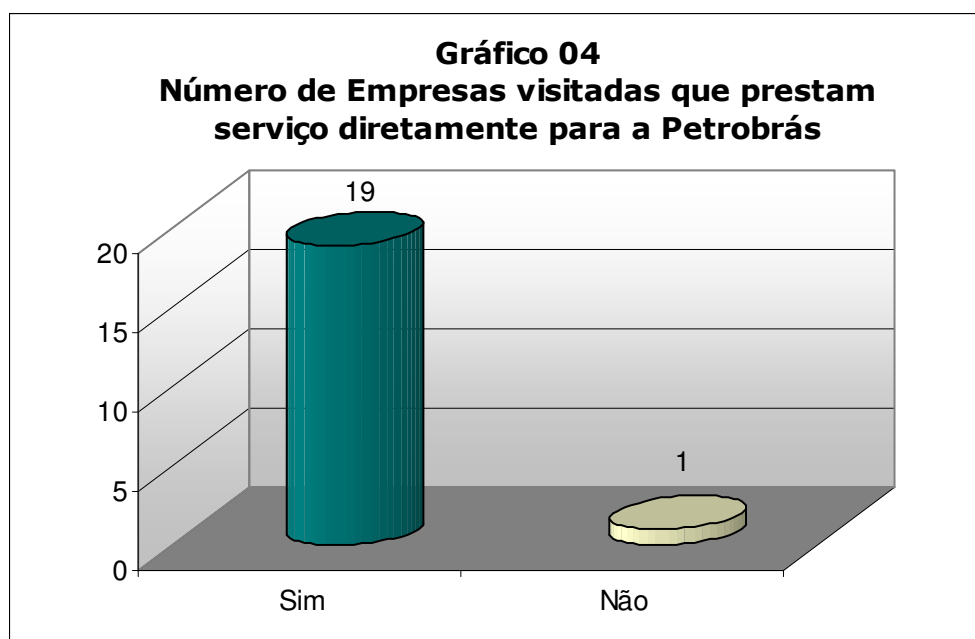
Informações sobre a escolaridade dos trabalhadores das empresas visitadas podem ser observadas no Gráfico 03. Verificou-se, durante as entrevistas, alguma dificuldade dos entrevistados em nos fornecer informações seguras sobre a escolaridade de seus trabalhadores, principalmente, por não disponibilizarem desses dados de pessoal de forma sistematizada e divulgada internamente. Devido a esse fato, foi necessário apontar no gráfico o item “Nível Educacional Diversificado”, referindo-se aos casos em que as informações não foram precisas ou que havia uma grande variação com relação com a escolaridade dos trabalhadores, não sendo possível identificar a média de anos estudados ou o grau de especialização da força de trabalho.



Fonte e Elaboração próprias.

Neste item, solicitamos que o entrevistador apontasse a porcentagem média dos trabalhadores da empresa conforme sua escolaridade, de forma a simplificar a obtenção de dados relacionados ao assunto. É interessante destacar que o fato de maior parte dos trabalhadores não possuírem alta escolaridade, não interfere na capacidade de realizar tarefas bastante especializadas.

O Gráfico 04 apenas representa visualmente uma informação simples: apenas 1 (uma) das empresas entrevistadas não tinha como principal cliente direto a Petrobras. Esse dado confirma a existência de um aglomerado petrolífero no município de Macaé incentivado, principalmente, pela instalação da empresa no local e pela demanda por serviços especializados, gerada pelas atividades na região.

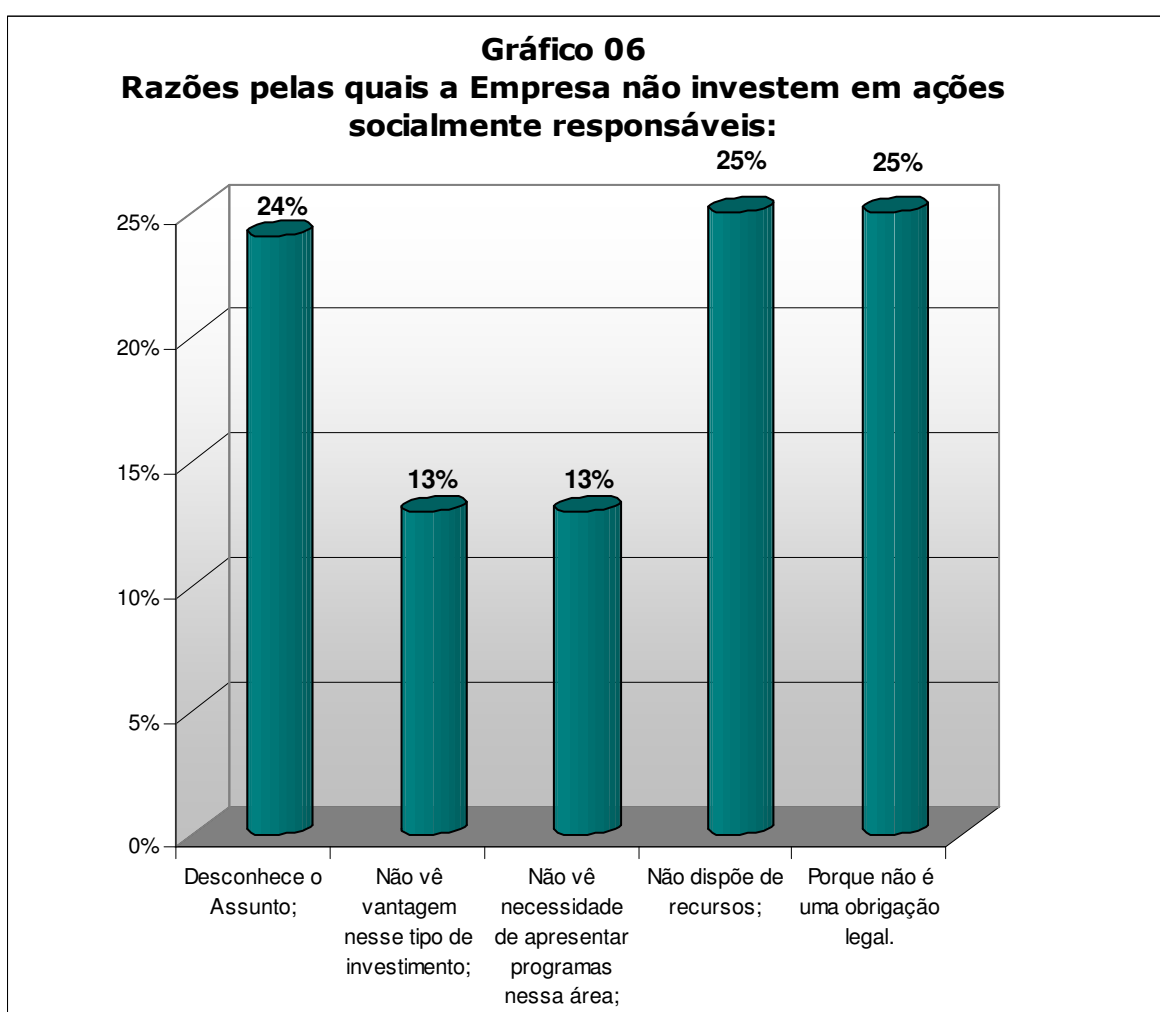


Fonte e Elaboração próprias.

Nesse momento, devemos destacar o grau de dependência dessas empresas com relação à Petrobras no sentido de entender a necessidade em cumprir cláusulas contratuais e demais diretrizes impostas pela empresa em diversos assuntos como saúde e segurança, meio ambiente e Responsabilidade Social.

O Gráfico 06 procede da seguinte questão: “A empresa possui algum programa de responsabilidade social ou outro tipo de atividade similar?”. Para esta questão, obtivemos 70% de respostas positivas “SIM” e apenas 30% de respostas negativas “NÃO”.

Dessa forma, o Gráfico 06, abaixo, foi elaborado a partir das informações fornecidas apenas pelas empresas que não investem em ações socialmente responsáveis. Nosso maior interesse, nesse momento, era compreender os impeditivos e razões pelas quais não demonstravam interesse na incorporação dessas práticas.



Fonte e Elaboração próprias.

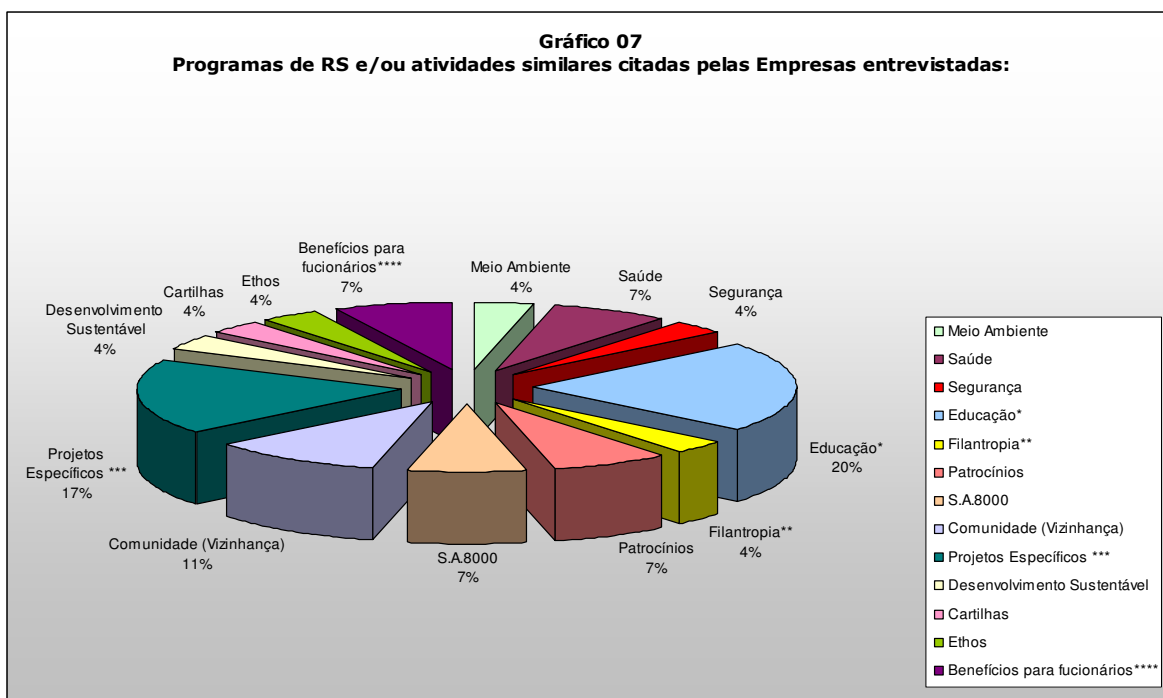
Os valores apresentados foram alcançados através de uma metodologia que considerava o número de ocorrência para cada resposta, que não eram excludentes. Assim, segue a análise dos dados.

Conforme as informações obtidas, 50% das empresas afirmaram que não investem em ações ou programas voltados para a Responsabilidade Social, não o fazem porque “não é uma obrigação legal”, ou seja, porque não há requisitos legais que imponham a necessidade de investir nessa área, ou porque “não dispõe de recursos” para investir em tais ações.

13% dos entrevistados assumiram que o investimento em ações sociais não é visto como uma necessidade imposta pelo mercado para que a empresa se mantenha bem colocada. Além disso, a visão de 13% do empresariado macaense do setor de serviços, que não investe em ações sociais, é de que esse tipo de investimento não apresenta vantagens para os negócios da empresa ou para seu funcionamento interno.



A partir do Gráfico 07, as respostas referem-se ao universo dos empresários que afirmaram investir em ações ou programas socialmente responsáveis (70% - 14 empresas). Dessa forma, os dados foram obtidos através da categorização das respostas, realizada na identificação de palavras ou expressões relevantes, quantificadas pela ocorrência nas declarações.



Fonte e Elaboração próprias.

20% das empresas privilegiam o tema Educação\*. Dentre as ações citadas podemos destacar um projeto de incentivo à leitura, distribuição de material didático e doações para instituições de ensino.

Alguns entrevistados (17%) declararam que a empresa investe em projetos específicos\*\*\* como o “Projeto Tear”, citado por duas empresas, projeto de reciclagem (em parceria com cooperativa de catadores) e “Projeto Faça a Sua Parte”.

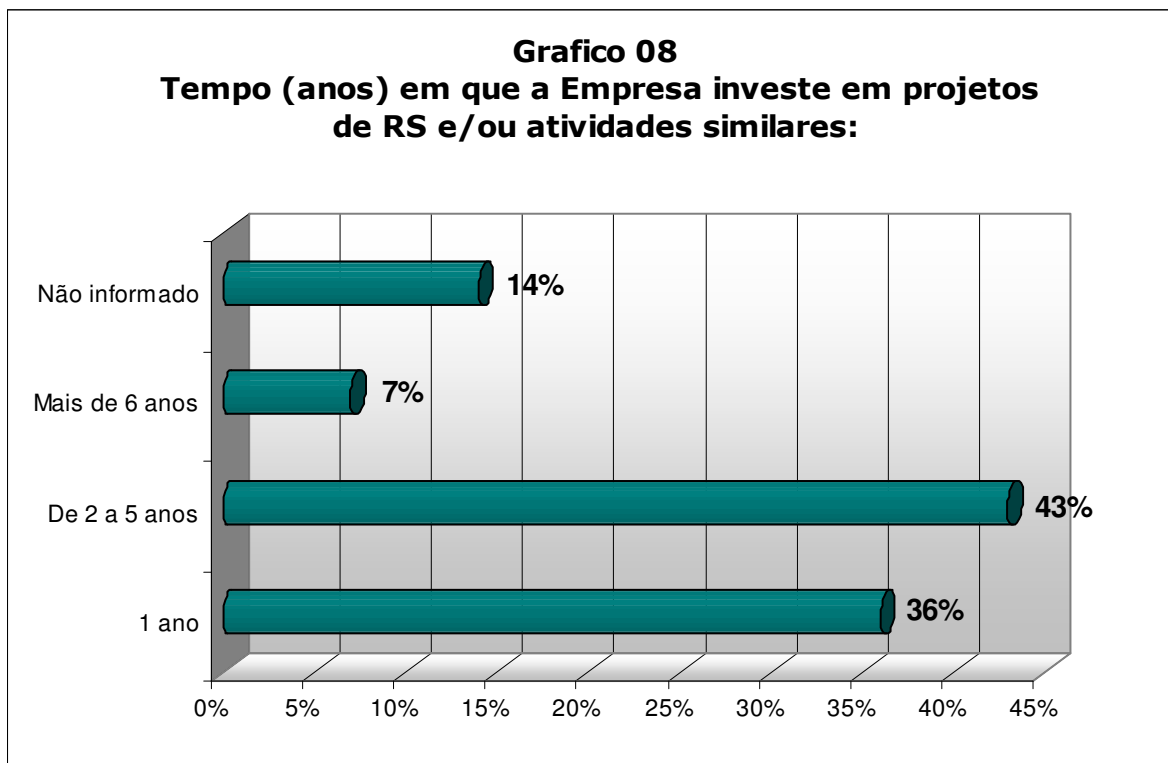
Das empresas entrevistadas, 11% preconizam as ações voltadas para a comunidade e vizinhança.

Além dos temas acima citados, observou-se o investimento nas seguintes áreas: SA8000, Benefícios para funcionários\*\*\*\* (salário, benefícios anuais), Filantropia\*\* (doações

para creches, instituições de saúde e amparo), Saúde, Segurança, Meio Ambiente, Ethos, Cartilhas e Desenvolvimento Sustentável.

Cabe dizer que muitas das áreas consideradas e declaradas como áreas de investimento, pelos entrevistados, se apresentam de forma meio obscura (de difícil compreensão) como “Ethos” e “Desenvolvimento Sustentável”.

O Gráfico 08, nos serve para melhor visualizar a informação relacionada ao tempo que as empresas entrevistadas investem em ações e projetos socialmente responsáveis.

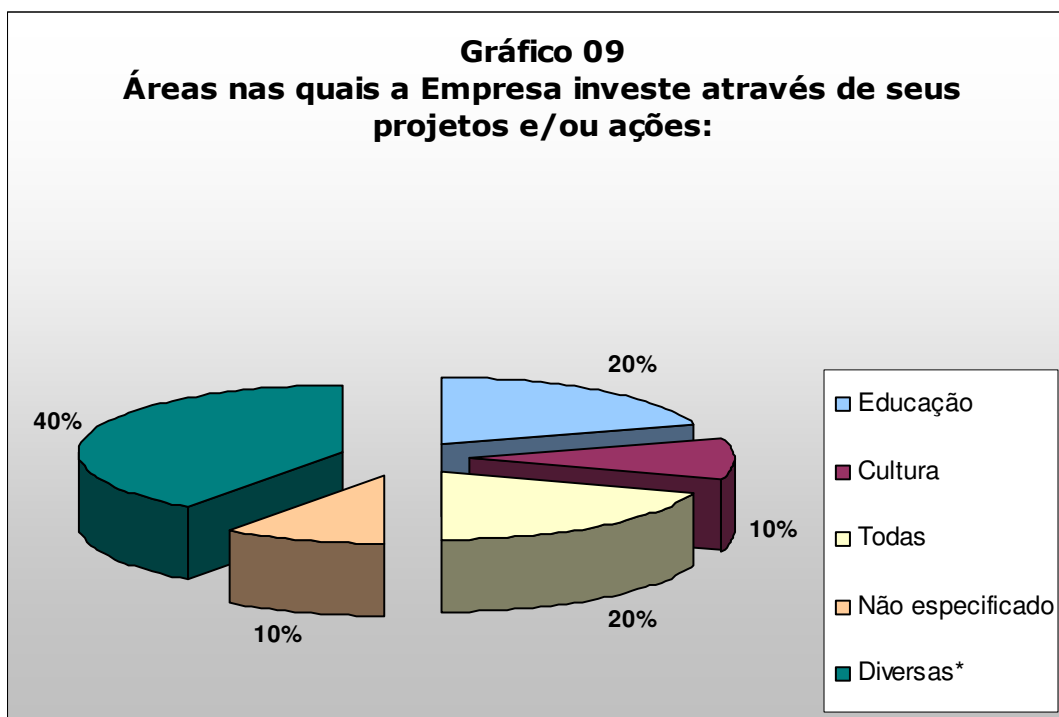


Fonte e Elaboração próprias.

43% das empresas entrevistadas investem em projetos de Responsabilidade Social ou atividades similares entre 2 e 5 anos. O investimento socialmente responsável é realizado em 36% das empresas entrevistada, há apenas 1 ano, e apenas 7% das empresas investem em Responsabilidade Social, há mais de 6 anos.

O Gráfico 09 foi elaborado através da construção de categorias que puderam ser identificadas no discurso dos entrevistados. Aos 14 representantes indicados pelas empresas, fizemos a seguinte pergunta: “Em quais áreas, a empresa atua através de seus projetos sociais (exemplo: educação, saúde, cultura, bem-estar, esporte...)? Por quê?”

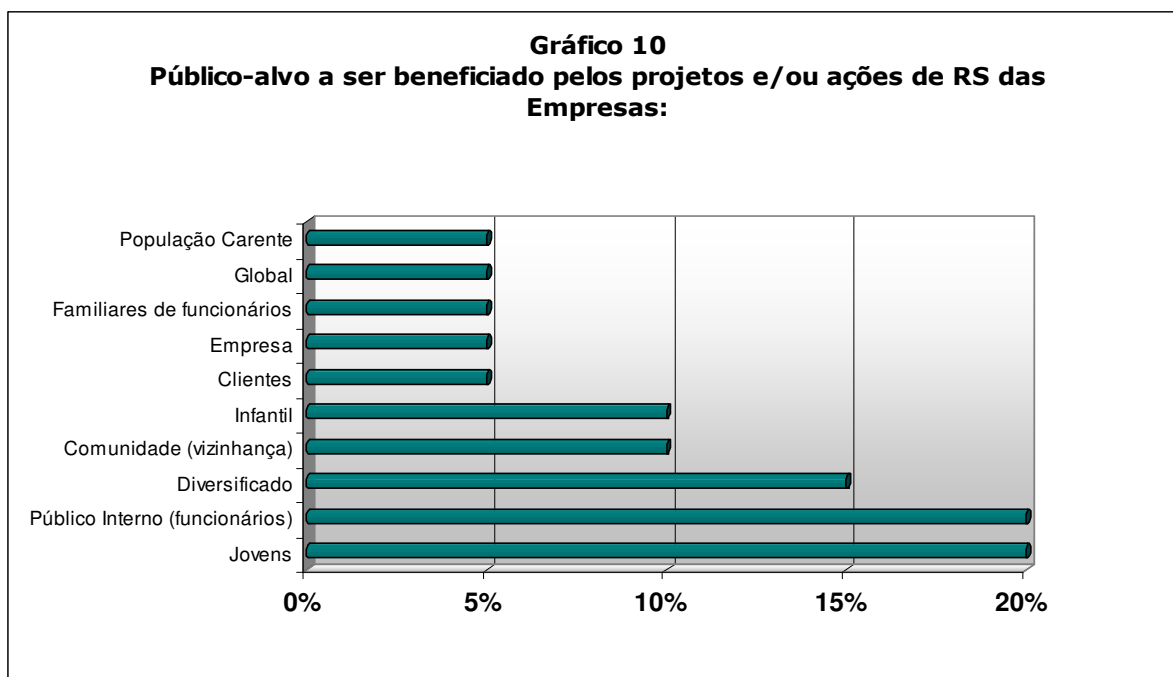
Abaixo, a representação em categorias das respostas obtidas:



Fonte e Elaboração próprias.

40% das empresas entrevistadas disseram investir em diversas áreas, sem que especificassem quais áreas e o tipo de investimento. Já 20% das respostas, apontaram a educação como área preconizada no momento da realização dos investimentos sociais. Outros 20% dos entrevistados disseram que investem em “todas” as áreas, enquanto 10% investe em cultura. Alguns entrevistados (10%) não especificaram a área de investimento da empresa em que trabalham.

O Gráfico 10 tem o objetivo de mapear os públicos-alvos contemplados pelos programas, projetos e ações sociais das empresas. Os dados foram levantados a partir da ocorrência das respostas, sendo que as categorias não foram consideradas excludentes.



Fonte e Elaboração próprias.

20% dos entrevistados responderam que a empresa pra qual trabalham prioriza o público jovem em suas ações voltadas para a Responsabilidade Social. Cabe dizer que projetos e financiamentos na área dos esportes e cultura, por exemplo, são normalmente, voltados para os jovens e são de fácil adesão e participação empresarial.

Outros 20% dos entrevistados responderam que a empresa tem como foco para suas ações, o público interno (funcionários e colaboradores em geral). O foco no público interno é, inclusive, a base da norma para a gestão da Responsabilidade Social, SA 8000, amplamente difundida e divulgada entre o empresariado mundial. Além disso, muitas empresas já perceberam o quanto de melhora do desempenho de seus funcionários pode-se obter através da adoção de práticas internas socialmente responsáveis e com a melhoria do clima organizacional. Dessa forma, o investimento em benefícios e melhorias nas condições de trabalho, é considerado ótimos investimentos a serem realizados por empresas que desejam aumentar os seus padrões produtivos sem investir em mudanças de processo.

15% das empresas não especificaram o seu público-alvo, com relação aos investimentos realizados para a promoção de ações sociais e 10% dos entrevistados afirmaram investir em projetos voltados para a comunidade entorno (vizinhança) e em ações que beneficiasse o público infantil<sup>112</sup>.

5% dos entrevistados responderam, ainda, que a empresa para qual trabalham investem em projetos e ações voltadas para a população carente, familiares de colaboradores, empresa e clientes.

Ainda com relação à fonte de financiamento dos projetos e ações sociais, foi observado que apenas 21% das empresas entrevistadas (3 empresas), que investem em Responsabilidade Social, utilizam algum tipo de incentivo e/ou benefício para obter recursos a serem utilizados com esta finalidade. Conforme os entrevistados, os benefícios e incentivos são disponibilizados pela Petrobras, SENAI (através do Projeto Pequeno Aprendiz), Banco do Brasil e pela Prefeitura do Município de Macaé.

79% das empresas que praticam ações socialmente responsáveis declaram não utilizar de benefícios ou incentivos para a obtenção de recursos voltados para estes investimentos.

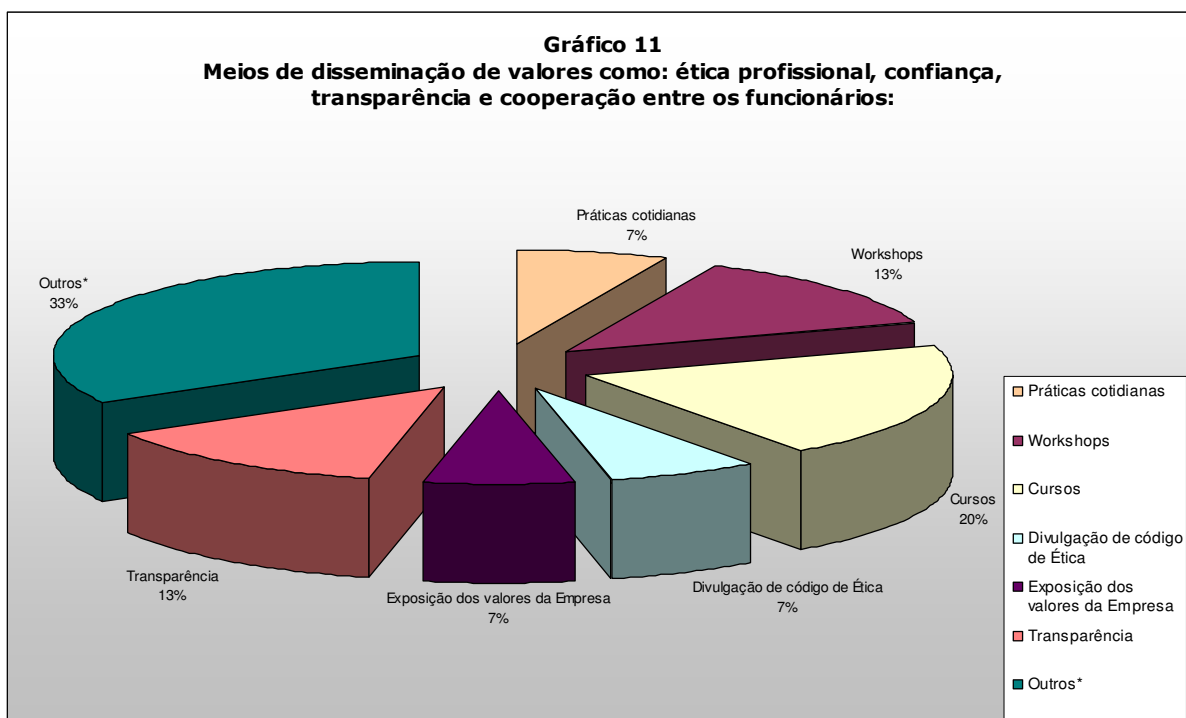
---

<sup>112</sup> Muitas empresas utilizam de recursos incentivados pelo Governo Federal para o investimento em ações de Responsabilidade Social voltadas para o público infantil e adolescente. Através dos Conselhos Tutelares dos municípios, que disponibilizam uma listagem de projetos pré-aprovados, as empresas escolhem os projetos que desejam financiar e repassam os valores previamente determinados. Apesar do esforço na busca por maiores informações sobre a utilização de recursos incentivados, não foi possível obter respostas satisfatórias a respeito dos critérios para o investimento e a metodologia de cálculo dos valores a serem disponibilizados.

As empresas entrevistadas também foram indagadas sobre o interesse em disseminar valores éticos e padrões desejáveis de comportamento no ambiente de trabalho. Para isso, foi realizada a seguinte pergunta: “A Empresa busca incentivar e disseminar valores como ética profissional, transparência, cooperação e confiança entre seus funcionários?”.

Feita a pergunta, pudemos observar que 80% das empresas entrevistadas (16 empresas) possuem interesse e estabeleceram mecanismos para a disseminação de valores corporativos.

Abaixo, no Gráfico 11, os mecanismos utilizados pelas empresas, com este objetivo acima citado:



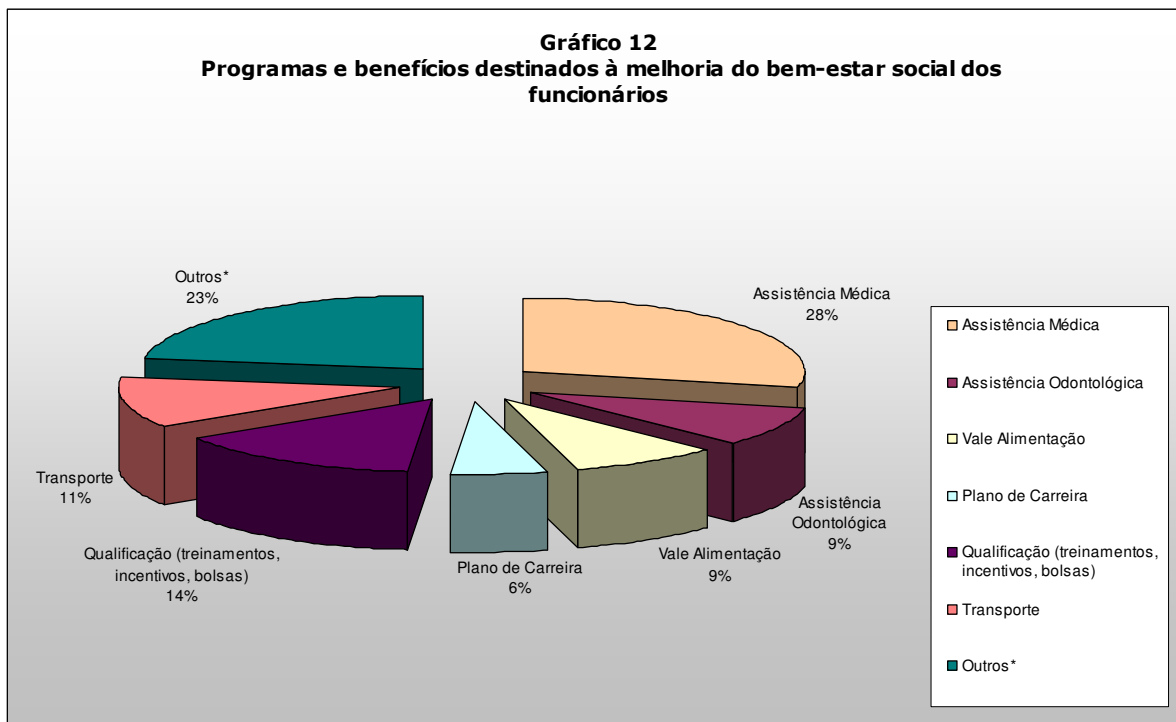
Fonte e Elaboração próprias.

As empresas entrevistadas mostraram-se bastante empenhadas na disseminação de valores éticos para seus funcionários. Transparência nos negócios e relações, cursos e workshops voltados para o tema, divulgação do código de ética, práticas cotidianas exposição em local de fácil acesso dos valores da empresa e outras formas de disseminação foram citadas pelas empresas que fizeram parte da amostra, conforme demonstrado no gráfico acima. Cabe ressaltar que a elaboração de uma política empresarial, de código de conduta ética e a necessidade de treinar todos os colaboradores

nestes itens, são requisitos indispensáveis para o sistema de gestão em Qualidade (ISO 9001) que é amplamente difundido e adotado por empresas que desejam se manter no mercado, e principalmente para aquelas especializadas na produção de insumos.



O Gráfico 12 apresenta a relação de benefícios oferecidos pelas empresas, que investem em Responsabilidade Social, destinados à melhoria do bem-estar de seus funcionários e colaboradores.



Fonte e Elaboração próprias.

Foi observado que 28% das empresas entrevistadas oferecem assistência médica a seus colaboradores diretos. Com relação qualificação, 14% das empresas afirmaram que incentivam seus funcionários através de bolsas de estudo, treinamentos e cursos.

Curiosamente, 11% dos entrevistados destacaram o auxílio transporte como benefício oferecido pela empresa. No entanto, o auxílio transporte é uma obrigação legal e direito garantido aos trabalhadores através de legislação federal que regulamenta e normatiza o trabalho no Brasil. Nesse ponto, podemos identificar claramente a confusão conceitual e imaturidade que cerca o tema Responsabilidade Social, nas empresas entrevistadas.

Os demais benefícios citados foram: Assistência Odontológica (9%), Vale Alimentação (9%), Plano de Carreira (6%) e Outros (23%). Dentre os outros benefícios, incluem-se seguro de vida, moradia, assistência médica e odontológica estendida a familiares, incentivo à vida saudável através de convênio com academias (desconto de 50% do valor da mensalidade), caminhadas ecológicas, passeios com a família,

## Considerações finais

Ao finalizar este trabalho de pesquisa é possível realizar uma série de considerações que abrangem desde questões metodológicas e relacionadas às expectativas e hipóteses que ocorrem antes da ida ao campo e da vivência de mercado, passando por conclusões sobre a adoção de práticas socialmente responsáveis pelo empresariado macaense do setor de serviços e chegando à sugestão de uma proposta acerca do futuro das políticas sociais em países em desenvolvimento, considerando as possíveis alternativas que o contexto global e local oferecem.

Inicialmente, gostaríamos de discutir sobre os principais anseios e questionamentos que permearam os primeiros ensaios deste trabalho. Ao primeiro contato com o fenômeno da Responsabilidade Social, acreditávamos que o maior motivo e razão que estimulasse o investimento em áreas sociais, seria a possibilidade de obter isenções fiscais e benefícios oferecidos pelo Estado. Nesse momento, o conhecimento que obtínhamos sobre as legislações que normatizam o investimento privado em ações de cunho social era mínimo, logo, não podíamos prever que em termos de benefícios fiscais, a legislação brasileira pouco corrobora para o investimento social. Partindo desse pressuposto, outra questão nos intrigava no que dizia a respeito do monitoramento do investimento realizado, preocupávamos a idéia de que um recurso originalmente público fosse administrado por empresas privadas na promoção de políticas sociais. Além disso, ainda havia o temor de que ao oferecer uma série de benefícios e melhorias na qualidade de vida da população entorno e público interno, as empresas pudessem estabelecer laços de clientelismo a serem utilizados com fins eleitoreiros.

Felizmente, nenhuma destas hipóteses pode ser comprovada no campo ou mesmo no dia-a-dia de trabalho com o tema, até o momento. As empresas, quando da realização de práticas e ações socialmente responsáveis, raramente se utilizam de recursos incentivados pelo Estado, dispondo de suas próprias receitas para executarem tais ações. Essa constatação, que não corresponde com as hipóteses inicialmente levantadas, pode ser explicada de forma conceitual, uma vez que mesmo que as empresas vejam-se forçadas pelo mercado, através de cláusulas contratuais, a investirem em Responsabilidade Social, esta decisão é vista, pela própria empresa, como investimento e não como gasto, já que são inúmeros os benefícios alçados através da adoção de práticas socialmente responsáveis.

Com relação à pesquisa de campo realizada sobre a percepção do empresariado macaense, do setor de serviços, da indústria do petróleo, podemos considerar a existência de dois tipos de empresas que apelam para a abordagem da Responsabilidade Social: as que possuem um sistema de gestão da Responsabilidade Social integrado a outros sistemas de gestão e devidamente implantado e as empresas que adotam práticas socialmente responsáveis através de benefícios e melhoria das condições de trabalho de seu público interno e realização de ações sociais não sistematizadas (em termos de frequência, monitoramento de eficácia dos recursos investidos, definição clara de público alvo, mapeamento de partes interessadas).

A primeira categoria de empresas socialmente responsáveis, possuem em sua estrutura organizacional, programas, processos e diretrizes que garantem sua atuação responsável para além da decisão pessoal de um dirigente específico. Essas empresas possuem em sua missão, valores e objetivos o incremento de requisitos de Responsabilidade Social e executam suas ações de forma sustentável, por compreenderem que a importância de gerenciar os impactos oriundos de seus produtos e serviços sobre as partes interessadas e públicos de interesse, é uma necessidade imposta pelo contexto global e também uma forma de reduzir os riscos do próprio negócio. Essas empresas, já possuem uma abordagem de gestão mais ampla e sofisticada ao considerar como fator de risco, a atuação no ambiente (natural, social, econômico, político, cultural) em que opera e as possíveis influências que o mesmo exerce sobre questões de produtividade e lucro.

A segunda categoria de empresas observadas não possui a visão da Responsabilidade Social como fator a ser agregado à imagem empresarial e não considera a questão do melhor ambiente organizacional como fator que venha a influenciar na produção ou qualidade de serviços prestados. Essas empresas incorporam alguns requisitos de Responsabilidade Social, e realizam apenas algumas ações por imposição do mercado através de anexos contratuais a serem cumpridos.

A grande diferença para as políticas sociais e políticas públicas vem a ser a eficiência de seus investimentos ao longo prazo e os setores nos quais a empresa investe e atua. Uma vez que, uma empresa que mantém toda uma sistemática para investimento e desenvolvimento de um setor ou público específico, acompanha através do monitoramento dos projetos financiados e apoiados o desenvolvimento das ações, através de relatórios e avaliações, além de metas e objetivos a serem cumpridos.

Nesse momento, aproveitamos a oportunidade para apresentar uma sugestão que vem a ser uma proposta alternativa na promoção de Políticas Sociais. É completamente possível que o poder público aproveite o contexto global e a mudança do comportamento do empresariado com relação ao investimento social para obter recursos que sejam empregados na promoção de políticas sociais, serviços e programas destinados à população, com o estabelecimento de parcerias a serem normatizadas através de legislações específicas sobre o tema. Para isto, seria fundamental que além dos mecanismos legais, as prefeituras municipais e governos dos estados apresentassem às empresas dispostas a investir em ações sociais, uma carta de serviços demandados pela sociedade. A empresa, assim, poderia eleger aqueles serviços que melhor se adequassem a sua política de Responsabilidade Social, missão, valores e negócios, ofertando serviços de extrema necessidade para a população.

Assim, concluímos o presente trabalho de forma otimista e perseverante. Porque, para muito além dos reais motivos que tem levado às empresas a investirem em ações socialmente responsáveis, para além do aquecido mercado de consultorias e certificações, para além das exigências que constam em anexos contratuais e para além do efeito cadeia gerado pela sistematização destas práticas, o que fica, realmente, já é o bastante: é a preocupação com a saúde e segurança dos trabalhadores, a melhoria do ambiente e das condições de trabalho, é a conquista de alguma melhoria para a qualidade de vida dos trabalhadores comuns, no seu cotidiano.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ACSERALD, H. e Mell, C.C.A. Conflito Social e risco ambiental: o caso de um vazamento de óleo na Baía de Guanabara. In.: Ecologia Política. Natureza, sociedad y utopia, p. 293-317.
- ADULIS, Dalberto. Marketing social: Usos e Abusos. Associação Brasileira para o Desenvolvimento de Lideranças (ABDL) 2004, sp. Disponível em: <<http://abdl.org.br/>> Acesso em: (?).
- ALVAREZ, Denise. Reestruturação produtiva, terceirização e relações de trabalho na indústria petrolífera offshore da Bacia de Campos (RJ). [online]. Gest. Prod. , São Carlos, v.14, n.1, abr. 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=0104530X2007000100006&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=0104530X2007000100006&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 14 nov. 2008.
- ALIGLERI, Lilian Mara, ALIGLERI Luiz Antonio & CÂMARA, Marcia Regina Gabardo da. Responsabilidade Social na Cadeia Logística: uma Visão Integrada para o Incremento da Competitividade. In.: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS, 2., 2002, Recife. Anais... Recife: Observatório da Realidade Organizacional: PROPAD/UFPE: ANPAD, 2002. 1 CD.
- ASSOCIAÇÃO DE DIRIGENTES CRISTÃOS DE EMPRESAS DO BRASIL (ADCE Brasil). Disponível em: <<http://www.adcers-serra.org.br/entidade.htm>>. Acesso em: 16/11/05.
- ANDERSON, Perry. Balanço do neoliberalismo. In: SADER. Emir (org.). Pós-neoliberalismo – as políticas sociais e o Estado democrático. Rio de Janeiro. Paz e Terra. 1995.
- ARAGÃO, Alexandre Santos de. As Parceiras Público-Privadas – PPP's no Direito Positivo Brasileiro. Revista Eletrônica de Direito Administrativo Econômico, Salvador, Instituto de Direito Público da Bahia, no. 2, mai-jun-jul, 2005. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com.br>>. Acesso em 23 de Dezembro de 2008.
- ARAÚJO, Marley Rosana Melo de. Exclusão Social e Responsabilidade Social. In.: Psicologia em Estudo. Maringá, v. 11, n. 2, p. 417-426, mai./ago. 2006. Disponível em: <[www.scielo.br/pdf/pe/v11n2/v11n2a20.pdf](http://www.scielo.br/pdf/pe/v11n2/v11n2a20.pdf)>. Acesso em: 10 de Novembro de 2009.
- ARRABAL, Alejandro Knaesel. Entre a forma e o conteúdo: Reflexões introdutórias sobre a pesquisa. In: Teoria e Prática da Pesquisa Científica. [S.l.]: Ed. Diretiva, 2005, CD-ROM, Windows.
- ASSOCIAÇÃO DE DIRIGENTES CRISTÃOS DE EMPRESAS DO BRASIL (ADCE Brasil). Disponível em: <<http://www.adcers-serra.org.br/entidade.htm>>. Acesso em: 16/11/05.
- BALL, Stephen J. Performatividade, Privatização e o Pós-Estado do Bem-Estar. In: Educ. Soc., Campinas, 2004, vol 25, n. 89, p 1105-1126.
- BANCO MUNDIAL. A Qualidade do Gasto Público no Brasil e seus impactos sobre o crescimento: breve reflexão sobre uma Agenda de Trabalho. Dezembro de 2003. Banco Mundial. Disponível em: <<http://www.obancomundial.org>>. Acesso em: 14/06/06.

- BEZERRA, Rodrigo Braga. Responsabilidade Social Corporativa: Uma proposta metodológica para orientação de iniciativas. Rio de Janeiro, RJ, 2007. 131f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Energético). Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ - COPPE.
- BOURDIEU, Pierre. Campo do Poder, Campo Intelectual e Habitus de Classe. In.: MICELI, Sérgio (ORG). A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Ed. Perspectiva, sd, p. 183-202.
- BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean Claude; PASSERON, Jean. A Profissão de Sociólogo. Preliminares e Epistemológicas. Petrópolis: Vozes, 1999, p.09-86.
- BRASIL. Decreto Lei nº 5.452, de 01/05/1943. In.: Banco de dados LEGISAMBIENTAL. Rio de Janeiro. 2008.
- BRASIL. Decreto nº 73.841, de 13/03/1974. Regulamenta a Lei nº 6.019, de 03 de janeiro de 1974, que dispõe sobre o trabalho temporário. In.: Banco de dados LEGISAMBIENTAL. Rio de Janeiro. 2008.
- BRASIL. Lei nº 6.019, de 03/01/1974. Dispõe sobre o trabalho temporário nas empresas urbanas e dá outras providências. In.: Banco de dados LEGISAMBIENTAL. Rio de Janeiro. 2008.
- BRASIL. Projeto de Lei (PL) nº 4.302-C2. In.: Banco de dados LEGISAMBIENTAL. Rio de Janeiro. 2008.
- BRUNNER, José Joaquim. Contextos da Globalização: A tese dos Grandes Efeitos. In: Educação na América Latina. Brasília: UNESCO, OREALC, p. 21-56, 2002.
- CARDOSO, Ruth. Sustentabilidade, o desafio das políticas sociais no século 21. In: \_\_\_\_ São Paulo em Perspectiva, 2004, p. 42-48
- CARVALHO, José Murilo de. Mandonismo, Coronelismo, Clientelismo: Uma Discussão Conceitual. Em: <www.scielo.br>. Acesso em 22/06/06
- CENTRO INTERNACIONAL DE FORMAÇÃO DA OIT. Responsabilidade Social das Empresas e sua Contribuição ao Desenvolvimento Local. Documentos de Trabalho. Doc.30. Disponível em: <<http://learning.itcilo.org/delnet/pg/frames/marcos.asp?seccion=publicaciones>> Acesso em: 15/07/2005.
- COHEN, Ernesto e FRANCO, Rolando. Avaliação de Projetos Sociais. Petrópolis: Vozes, 2004.
- COMISSÃO EUROPÉIA. Documentos Oficiais. Disponível em: <[http://europa.eu.int/comm/off/green/index\\_pt.htm](http://europa.eu.int/comm/off/green/index_pt.htm)>. Acesso em: 02/02/06.
- DEMO, Pedro. A demarcação científica. In.: Metodologia científica em ciências sociais. São Paulo: Ed. Atlas, 1995, p.16-40.
- DIAS, Reinaldo. Sociologia das Organizações. São Paulo: Atlas, 2008. 273p.

- DIAS, R.S. A Formação de uma aglomeração industrial em Macaé, RJ: uma caracterização da espacialidade da indústria petrolífera e seus impactos no espaço urbano macaense e sua região de entorno. Monografia do Centro Federal de educação Tecnológica de Campos. Campos dos Goytacazes, 2005. 113p.
- DIEESE. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. Nota Técnica Número 77. Outubro de 2008. Disponível em: <<http://www.dieese.org.br>>. Acesso em: 10 nov. 2008.
- DRAIBE, Sônia Miriam A Política Brasileira de Combate à Pobreza. In: Velloso, João Paulo dos Reis (Coord.). O Brasil e o Mundo no Limiar do Novo Século. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998a. v. 2.
- DRAIBE, Sônia Miriam e HENRIQUE, Wilnês. “Welfare State”, crise e gestão da crise: um balanço da literatura internacional. In: \_\_\_\_ Revista Brasileira de Ciências Sociais, fev. 1998, nº 6, vol 3, p. 53 – 78.
- DRAIBE, Sônia Miriam. A Reforma dos Programas Sociais Brasileiros: panoramas e trajetórias. XXIV Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação em Ciências Sociais (ANPOCS), GT12: Política e Economia. Petrópolis, 2000.
- DUPAS, Gilberto. O discurso hegemônico do livre mercado e vulnerabilidade dos grandes países da periferia. Revista Política Externa. São Paulo: Ed. Paz e Terra, Vol.10, nº3, Dez./Jan./Fev., 2001/2002, p.78-91.
- FALEIROS, Vicente de Paula. Estado, sociedad y politicas sociales. In: TEIXEIRA, Sônia Fleury (Org.) . Estado y políticas sociales em América Lática. Universidad Autónoma Metropolitana. Xonchimill, México, Abril, 1992.
- FARIAS, Francisco Pereira de. Clientelismo e democracia capitalista: elementos para uma abordagem alternativa. Em: <[www.scielo.br](http://www.scielo.br)>. Acesso em 22/06/06
- FELIX, Joana D’Arc Bicalho. O ganho da imagem conquistado após divulgação da responsabilidade social empresarial. Brasília, 2005. Dissertação. Universidade Católica de Brasília (UCB). Prêmio Ethos – Valor - 5ª Edição – Categoria Pós-Graduação. Disponível em: <<http://www.uniethos.org.br>> Acesso em: 10/11/2005.
- FESTINGER, Leon. Teoria da Dissonância Cognitiva. Rio de Janeiro: Zahar, 1975, p.11-36.
- FLEURY, Sonia. Qual política? Que social? – Reflexões analíticas sobre América Latina. Fevereiro 2002.
- FLEXA, Beatriz. Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável. Belo Horizonte: do autor, 2007.
- FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE. Cadernos de Excelência: Sociedade/Fundação Nacional da Qualidade. [online] In.: Série Cadernos de Excelência, n. 4. São Paulo: Fundação Nacional da Qualidade, 2008. Disponível em: <<http://www.fnq.org.br>>. Acesso em: 20 nov. 2008.
- FUNDACIÓN ECOLOGÍA E DESARROLLO (ECODES). Responsabilidad Social Corporativa Y Políticas Públicas. Colección “La Empresa de Mañana”. Informe 2004. Disponível em: <<http://www.ecodes.org>>. Acesso em: 05/10/2005.

- GARCIA CANCLINI, Nestor. Como se expressa hoje a sociedade civil. In.:\_\_\_\_\_.  
Consumidores e Cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro:  
Editora UFRJ, 2001.
- GRAJEW, Oded. O que é Responsabilidade Social. Instituto Ethos de Empresas e  
Responsabilidade Social. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/>>. Acesso em:  
12/11/2005. Sp.
- GUEDES, Rita De Cássia. Responsabilidade Social & Cidadania Empresariais: Conceitos  
Estratégicos Para As Empresas Face À Globalização. In.:  
[http://www.lasociedadcivil.org/uploads/ciberteca/cassia\\_guedes.pdf](http://www.lasociedadcivil.org/uploads/ciberteca/cassia_guedes.pdf)
- HOCHMAN, Gilberto. A Ciência entre a comunidade e o mercado: leituras de Khun,  
Bourdieu, Knorr-Cetina e Latour. In.: PORTOCARRERO, Vera (ORG). Filosofia, História e  
Sociologia das Ciências: Abordagens Contemporâneas. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1994,  
p.199-227.
- HUPPERTS, Pierre. Responsabilidad social empresaria: comunicaci3n y cooperaci3n em el  
área de la RSE. Buenos Aires: Valletta Ediciones, 2005. p.14
- IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas). Disponível em:  
<<http://www.balancosocial.org.br>> Acesso em: 11/11/2005
- INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL. Indicadores Ethos de  
Responsabilidade Social. (2003) Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/>>. Acesso em:  
(?)
- IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. DISOC – Diretoria de Estudos Sociais – A  
Iniciativa Privada e o Espírito Público: A evolução da ação social das empresas privadas  
nas regiões Sudeste e Nordeste. Brasília, junho de 2005. Disponível em:  
<<http://asocial.calepino.com.br/IMG/pdf/doc-23.pdf>> Acesso em: (?)
- IPEA, Análise da Evolução e Dinâmica do Gasto Social Federal:1995-2001; Texto para  
Discussão nº 988 – Brasília - 2003
- ISO. Plano de Ação para países em desenvolvimento. Disponível em: Acesso em: 02 dez.  
2008.
- KLIKSBERG, Bernardo. Hacia una nueva vision de la política social em América Latina:  
Desmontando mitos. (Referência incompleta)
- LAFER, Celso. Novos cenários da negociação comercial internacional: Doha e o pós Doha.  
Revista Política Externa. São Paulo: Ed. Paz e Terra, Vol. 10, nº4, Mar./Abr./Mai., 2002,  
p.148-155.
- LAFUENTE, Alberto; VINUALES, Víctor; PUEJO, Ramón & LLARÍA, Jesús. Responsabilidad  
Social Corporativa Y Políticas Públicas. Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES).  
Documento de trabajo 3/2003. Disponível em: (?) Acesso em: 4/11/2005.
- LIMA, Nísia Trindade. Valores Sociais e atividade científica: um retorno à agenda de Robert  
Merton. In.: PORTOCARRERO, Vera (ORG). Filosofia, História e Sociologia das  
Ciências: Abordagens Contemporâneas. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1994, p.151-173.



- MAINGON, Thaís. Lãs PoLíticas sociales: discusion teórica, conceptual y metodológica. Cadernos Del Cendes nº 9, Caracas – Venezuela, enero/abril 1992, p. 147.
- MALFANCINI, Cristiana Melo. ISO 26000: UMA ANÁLISE DA ELABORAÇÃO DA NORMA INTERNACIONAL DE RESPONSABILIDADE SOCIAL. Niterói, 2006. 132 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Sistema de Gestão pela Qualidade Total). Universidade Federal Fluminense – UFF.
- MARSHALL, T. H. Cidadania e classe social In: \_\_\_\_\_. Cidadania, classe social e status. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.
- MARTINS, Paulo Haus. Incentivos fiscais a doações. Disponível em: <[http://www.rits.org.br/legislação\\_teste/lg\\_testes/lg\\_tmas\\_jul99.cfm](http://www.rits.org.br/legislação_teste/lg_testes/lg_tmas_jul99.cfm)>. Acesso em: 03/02/06.
- MEDEIROS, M. A. Trajetória do Welfare State no Brasil: Papel Redistributivo das Políticas Sociais dos Anos 1930 aos Anos 1990
- MELO NETO, Francisco Paulo de & BRENNAND, Jorgiana Melo. Empresas Socialmente Responsáveis: O Novo Desafio da Gestão Moderna. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (ORG). Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MOTA DE CARVALHO, Ailton. Políticas Sociais: afinal do que se trata? Agenda Social. Revista do PPGPS/UENF. Campos dos Goytacazes, v.1, n.3, set-dez/2007, p.73-86.
- MOTA DE CARVALHO, Ailton; TOTTI, Maria Eugênia Ferreira (ORGS). Formação histórica e econômica do Norte Fluminense. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.
- MOTTA, Helena. Crise e reforma do Estado brasileiro. Juiz de Fora: Editora da UFJF, 2000.
- MUELLER, Adriana. A utilização dos indicadores de responsabilidade social corporativa e sua relação com os stakeholders. Florianópolis, 2003. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina.
- NBR ABNT 16001. Norma Brasileira. Responsabilidade Social. Sistema da Gestão – Requisitos. Primeira Edição 30.11.2004.
- NOGUEIRA, Tânia. Compras para salvar o mundo. Revista Época. São Paulo: Editora Globo, 21 de Novembro de 2005, p.92-98.
- NUNES, Edson. Tipos de Capitalismo, Instituições e ação social. In: A Gramática Política no Brasil. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003. 3ª ed.
- O GLOBO – Encarte Especial – Razão Social - Publicado em 7/11/2005.
- PASSWORD: English dictionary for speakers of portuguese/ [translated and edited by John Parker and Monica Sthel]. – 2ª ed.. – São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1998.

- PETRÓLEO BRASILEIRO SA. Balanço Social e Ambiental 2004. Disponível em: <[http://www2.petrobras.com.br/ResponsabilidadeSocial/portugues/pdf/BS\\_Port.pdf](http://www2.petrobras.com.br/ResponsabilidadeSocial/portugues/pdf/BS_Port.pdf)> Acesso em: 22/01/06.
- PINHEIRO, Vinícius C. Modelos de Desenvolvimento e Políticas Sociais na América Latina em uma perspectiva histórica. 2002. <[www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)> Acesso em 13/05
- PINTO, Luiz Fernando da Silva. Gestão-Cidadã: ações estratégicas para participação social no Brasil. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2003.
- POSSAS, Cristina. La proteccion social en América Latina, algunas reflexones. In: TEIXEIRA, Sônia Fleury (Org.) . Estado y políticas sociales em América Lática. Universidad Autónoma Metropolitana. Xonchimill, México, Abril, 1992.
- PUTNAN, Roberto D. Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- RATTNER, Henrique. Meio ambiente e desenvolvimento sustentável: o mundo na encruzilhada da História. Revista Política Externa. São Paulo: Ed. Paz e Terra, Vol.11, nº2, Set./Out./Nov., 2002, p.112-121.
- RESENDE, Wilson. Terceirização: A Integração Acabou? In.: Organização, Recursos Humanos e Planejamento. RAE. V.37.n.4 Out/Dez 1997.
- RESPONSABILIDADE SOCIAL.COM. Balanço Social. Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com>> Acesso em: 24/01/06.
- REVISTA VOCÊ S/A – EXAME. Edição Especial: 150 Melhores Empresas para você trabalhar. São Paulo: Ed. Abril, 2008.
- SANTOS, Wanderley G.. Cidadania e justiça. Rio de Janeiro: Campus, 1979.
- SANTOS, Wanderley G.. Cidadania e Justiça: a política social na ordem brasileira. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1987.
- SCHMITZ, Eliza & PERES, José O.. Os conceitos de marketing social e responsabilidade social incorporados pelas instituições. Opinião: Revista do Centro de Ciências Econômicas, Jurídicas e Sociais / Universidade Luterana do Brasil. – N. 1 (jan./jun. 1998)-.- Canoas : Ed. ULBRA, 1998. v. ; 27 cm. P.75-83.
- SCHWARTZMAN, Simon. As causas da pobreza. Rio de Janeiro: FGV, 2004.
- SILVA, R.C.R.S. da. *A indústria petrolífera em Macaé: caracterização e potencialidades do sistema produtivo local*. Tese de Doutorado da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro. Centro de Ciência e Tecnologia. Laboratório de Engenharia de Produção. Campos dos Goytacazes, 2005. 282 p.
- SIMÕES CORRÊA, Felipe Toscano de Brito & MEDEIROS, João Ricardo. Responsabilidade Social corporativa para quem? Anais de Congresso. INTERCOM – sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Salvador/ BA – 1 a 5 Set 2002. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br>> Acesso em: (?).

SENNETT, Richard. A corrosão do caráter: as conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo. 13ª.ed. Rio de Janeiro: Record, 2008. 204p.

SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias. Medidas do comportamento organizacional. *Estud. psicol.* (Natal) , Natal, v. 7, n. spe, 2002 . Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-294X2002000300003&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-294X2002000300003&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 18 nov. 2008. doi: 10.1590/S1413-294X2002000300003.

SPOSATI, A. Políticas sociais nos governos petistas. In.: I. Magalhães, L. Barreto & V. Trevas (Orgs.). *Governo e cidadania: balanço e reflexões sobre o modo petista de governar*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1999, p.82-107.

THORSTENSEN, Vera. O Brasil diante de um tríplice desafio: negociações simultâneas da OMC, da Alca e do acordo CE/Mercosul. *Revista Política Externa*. São Paulo: Ed. Paz e Terra, Vol.10, nº3, Dez./Jan./Fev., 2001/2002, p.92-112.

TORRES, Ciro. Um pouco da história do Balanço Social. **IBASE**. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=3&sid=3&tpl=printerview>> Acesso em: 1/08/2005.

VENTURA, Elvira Cruvinel Ferreira. *Institucionalização de Práticas Sociais: Estudo da Responsabilidade Social no campo das Organizações Bancárias*. [s.l.], 2005. 351f. Tese (Doutorado em Administração). Fundação Getúlio Vargas – FGV/EBAPE.

WEBER, Max. A “objetividade” do conhecimento nas Ciências Sociais. In.: *Sociologia*. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Ática, 1989, p.79-127.

#### **Sites consultados:**

Click Macaé. Disponível em: <http://www.clickmacae.com.br>.

Compêndio de sustentabilidade. Disponível em [www.compendiosustentabilidade.com.br](http://www.compendiosustentabilidade.com.br).

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>.

Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Disponível em: <http://www.ibama.gov.br/leiamambiental/home.htm#crimesamb>

Instituto de Comunicación y Desarrollo (ICD) 2002 - 2008  
Av. 18 de Julio 1431, of. 601 Tels./Fax: (598 2) 901 1646 902 4423  
Montevideo 11200 - Uruguay - [info@lasociedadcivil.org](mailto:info@lasociedadcivil.org))

Instituto ETHOS. Disponível em: <http://www.ethos.org.br>.

Instituto Worldwatch. Disponível em: <http://www.worldwatch.org/>

International Organization for Standardization (ISO). Disponível em: <http://www.iso.org>

Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Disponível em:<http://www.mte.gov.br>

Occupational Health and Safety Assessment Series (OHSAS). Disponível em:  
<http://www.osha-bs8800-ohsas-18001-health-and-safety.com/ohsas-18001.htm>

Organização das Nações Unidas (ONU). Disponível em: <<http://www.pactoglobal.org.br/>>. Acesso em: 02/02/06.

Organização Internacional do Trabalho (OIT). Disponível em: <http://www.oitbrasil.org.br>

Pegada Ecológica Brasil. Disponível em:  
<http://www.pegadaecologica.siteonline.com.br/interna.jsp?lnk=19270>

Rede Brasileira de Informação Ambiental. Disponível em:  
<http://www.portaldomeioambiente.org.br/cadernos/ecologia-humana.asp>

Social Accountability International (SAI). Disponível em: <http://www.saintl.org/index.cfm?&stopRedirect=1>

## **ANEXOS:**

## ANEXO1

### Indicadores de Desempenho de Responsabilidade Social

Para um melhor entendimento sobre indicadores de responsabilidade social, apresentamos um levantamento de indicadores de desempenho construído a partir das diretrizes divulgadas pelo Instituto Ethos, GRI, Ibase e PNQ/FNQ.

Ferramenta				Implantação de Indicadores			
Ethos	GRI	FNQ	Ibase	Tema	Prática	INDICADOR	Objetivo
	X			Saúde e Segurança	1. Manter os colaboradores, regularmente, treinados em Meio Ambiente, Saúde e Segurança	Treinamento em MASST	Monitorar número de empregados e colaboradores treinados em MASST na MRS.
X				Ética, Valores e Transparência	1. Incorporar a Ética em avaliações de desempenho (Vincular, por exemplo, aumentos de salário e gratificações a gerentes a quanto tenham servido de exemplo positivo a seus funcionários e a quanto seus respectivos departamentos agiram eticamente.)	Ações Éticas e Enraizamento da Cultura Organizacional	Monitorar as ações éticas através do número de colaboradores premiados por suas ações.
X			X	Cidadania	Estímulo ao trabalho Voluntário através de: 1. Disponibilização de Informações (lista de oportunidades de trabalhos voluntários.); 2. Disponibilizar tempo para os colaboradores (política de autorizar a dispensa de funcionários para a realização de trab	Cidadania Empresarial	Monitorar o Engajamento Social de Colaboradores através do número de solicitações de dispensa para execução de trabalhos voluntários
X				Inclusão social e respeito à diversidade	1. Recrutar trabalhadores em comunidades carentes e circunvizinhança	Inclusão Social e Respeito à Diversidade	Monitorar a eficácia e eficiência de Programas e Políticas de Inclusão Social e Respeito à Diversidade, através do processo de seleção adotado pela empresa
X			X	Trabalho Justo	1. Identificação da rede de suprimentos; 2. Comunicação aos fornecedores das boas práticas, incluindo a proibição do trabalho infantil e/ou escravo; 3. Exigência de comprometimento formal dos fornecedores (cláusula contratual ou termo de responsabilidade	Trabalho justo na cadeia de fornecimento	Monitorar o trabalho justo na cadeia de Fornecimento através de registros de comprometimento e inspeções planejadas.

X	X			Meio Ambiente	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organizar sistemática de auditoria no sistema hidráulico para verificar vazamentos em torneiras e vasos sanitários;</li> <li>2. Ao construir ou reformar, procurar por equipamentos e acessórios com dispositivos de baixo fluxo.</li> </ol>	Consumo Responsável (água)	Monitorar o uso consciente de Água através da conscientização dos colaboradores, inspeções planejadas e opção por equipamentos de baixo fluxo.
X	X			Meio Ambiente	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Considerar a possibilidade da contratação uma consultoria de energia e solicitar uma auditoria;</li> <li>2. Uso de iluminação inteligente, através da instalação de dispositivos e sensores;</li> <li>3. Utilização de técnicas eficazes de administração do uso de energia elétrica</li> </ol>	Consumo Responsável (energia elétrica)	Monitorar o uso consciente de Energia Elétrica através de programas e medidas que busquem a redução gradual do consumo.
X	X			Meio Ambiente	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estabelecer formas de incentivo à redução do consumo de papel;</li> <li>2. Optar por papel reciclado.</li> </ol>	Consumo Responsável (papel)	Monitorar o uso consciente de Papel através de programas e medidas que busquem a redução gradual do consumo.
X	X			Meio Ambiente	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Programa ou Política de Gerenciamento de Resíduos;</li> <li>2. Atendimento às Legislações pertinentes ao tema (RESÍDUOS).</li> </ol>	Produção e disposição de Resíduos	Monitorar a produção e disposição dos Resíduos gerados, de forma a reduzir o impacto ambiental.
X	X	X		Requisitos Legais	1. Garantir o atendimento e gerenciamento dos Req. Legais de Meio Ambiente.	Gerenciamento dos Requisitos Legais de Meio Ambiente.	Monitorar o atendimento e gerenciamento dos Requisitos Legais de Meio Ambiente.
		X		Requisitos Legais	1. Garantir o atendimento e gerenciamento dos Req. Legais de Saúde e Segurança	Gerenciamento dos Requisitos Legais de Saúde e Segurança	Monitorar o atendimento e gerenciamento dos Requisitos Legais de Saúde e Segurança.
	X	X		Requisitos Legais	1. Garantir o atendimento e gerenciamento dos Req. Legais de Responsabilidade Social	Gerenciamento dos Requisitos Legais de Responsabilidade Social	Monitorar o atendimento e gerenciamento dos Requisitos Legais de Responsabilidade Social.
X	X			Meio Ambiente	1. Estabelecer uma política de compra que privilegie produtos ambientalmente corretos ou menos impactantes para o Meio Ambiente, através do estabelecimento de critérios.	Consumo Responsável	Monitorar o consumo responsável através da priorização de "produtos verdes"
X				Meio Ambiente	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Criação de incentivos, recompensas, e formas de reconhecimento para funcionários que buscam formas alternativas de evitar desperdícios e práticas poluentes, ou para aqueles que se destacam nas campanhas ecológicas da empresa.</li> <li>2. Premiar os funcionários</li> </ol>	Ações Éticas e Enraizamento da Cultura Organizacional	Monitorar o engajamento e participação dos colaboradores na promoção da sustentabilidade ambiental, através do número de recompensas e prêmios distribuídos.

X				Ética, Valores e Transparência	1. Reprimir e proibir o uso de técnicas comerciais anti-éticas	Ações Éticas e Enraizamento da Cultura Organizacional	Monitorar a transparência nas práticas comerciais corporativas através
X				Cidadania	1. Adotar ação de marketing aliado a uma causa, incluindo: o patrocínio de eventos e publicações, através da doação de fundos ou outro tipo qualquer de recurso; o patrocínio de projetos escolares ou universitários; o uso de espaço interno ou publicitário.	Cidadania Empresarial	Monitorar a atuação da empresa com relação a sua atuação cidadã, através da associação da marca a causas sociais e/ou ambientais
X				Carreira e Remuneração	1. Possuir um programa que proporcione o planejamento e aconselhamento sobre carreiras, de forma a auxiliar os colaboradores na reflexão sobre suas funções atuais, na identificação de objetivos a longo prazo e no planejamento de um plano de carreira; 2. Encorajar os colaboradores a desenvolverem seus talentos e educação, através da autorização para a realização de cursos durante o horário de trabalho, ou subsidiar e/ou reembolsar os custos de cursos profissionalizantes; 3. Incluir a educação e o desenvolvimento de habilidades como itens da avaliação de desempenho; 4. Gratificar, ou recompensar, aqueles que obtiverem certificação, graduação, ou atingirem qualquer outro objetivo educacional.	Compromisso com o Desenvolvimento Profissional	Monitorar o incentivo ao desenvolvimento profissional através de políticas internas que valorizem a qualificação
X	X			Inclusão Social e Respeito à Diversidade	1. Contratar e promover pessoas com experiências e perspectivas diferentes. Muitas das declarações de diversidade incluem referências específicas ao caráter não discriminatório com relação a raça, sexo, idade, religião, ascendência, nacionalidade, estado civil, orientação sexual, deficiência física ou mental e condições de saúde.	Inclusão Social e Respeito à Diversidade	Monitorar a eficácia e eficiência de Programas e Políticas de Inclusão Social e Respeito à Diversidade, através do processo de seleção
X	X			Inclusão Social e Respeito à Diversidade	1. Organizar reuniões e discussões sobre a diversidade promovida pela empresa. Levar palestrantes e consultores para seminários, ou conduzir treinamentos sobre consciência multicultural e outros tópicos.	Treinamento sobre Diversidade para toda a Empresa	Monitorar número de empregados e colaboradores treinados/informados sobre Respeito à Diversidade na MRS.



X	X			Inclusão Social e Respeito à Diversidade	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Encorajar os gerentes a contratarem mulheres, minorias e outros, e recompense-os por isso.</li> <li>2. Integrar a capacidade de contratar, administrar e promover pessoas de grupos minoritários na avaliação de desempenho das gerências, ou ainda no cálculo anual.</li> </ol>	Inclusão Social e Respeito à Diversidade	Monitorar a eficácia e eficiência de Programas e Políticas de Inclusão Social e Respeito à Diversidade, através de indicadores de pessoal
X				Práticas Disciplinares e Punições	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desenvolver e implementar um política firme contra o assédio sexual, explicando a matéria de forma clara e concisa, dando exemplos concretos para definir o comportamento proibido.</li> <li>2. Comunicar freqüentemente aos funcionários, fornecedores, clientes e outros parceiros de trabalho, as diretrizes da empresa com relação ao assunto, sempre de forma consistente.</li> <li>3. Comunique a todos que qualquer reclamação recebida, implicará em uma investigação objetiva, salientando as penalidades aplicadas por violação da regra, inclusive a possível demissão.</li> <li>4. Proibir, estritamente, qualquer vingança contra aqueles que apresentarem reclamações, e monitorar pessoalmente tais situações, especialmente quando a reclamação envolver o supervisor direto do funcionário molestado.</li> <li>5. Estabelecer canal de comunicação, para denúncias, que seja seguro, confiável e legítimo. [Esta não é só uma atitude social responsável, mas uma exigência legal: Lei 10.224/01, art.216-A]</li> </ol>	Denúncias e reclamações relacionadas à práticas de Assédio Sexual	Monitorar denúncias e reclamações relacionadas à práticas de Assédio Sexual
X			X	Carreira e Remuneração	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Criar um programa de participação nos lucros</li> </ol>	Compromisso com o Desenvolvimento Profissional	Monitorar o incentivo ao desenvolvimento profissional através da distribuição dos lucros obtidos
X				Carreira e Remuneração	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicar as intenções dos gestores ao reduzir o quadro dos colaboradores e o contexto/necessidade das demissões;</li> <li>2. Identificar alternativas de treinamento, recolocação e realocação de colaboradores.</li> </ol>	Compromisso com o Desenvolvimento Profissional	Monitorar o comprometimento da empresa com seus colaboradores e a sociedade

X		X	X	Qualidade de Vida	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atuar de forma Flexível, sendo sensível às necessidades pessoais dos colaboradores;</li> <li>2. Avaliar as necessidades pessoais que interfiram na produtividade dos colaboradores;</li> <li>3. Manter uma política relacionada à família e dependentes legais dos funcionários: plano de saúde, estabelecer parcerias (asilos, creches, clubes, etc);</li> <li>4. Promover práticas saudáveis (anti-tabagista e anti drogas), estimular a prática de esportes.</li> </ol>	Melhoria qualidade de vida de seus colaboradores	Monitorar as práticas empresariais relacionadas à melhoria qualidade de vida de seus colaboradores através de números de participantes de programas que esitmulem uma vida saudável, usuários de serviços conveniados, programas ou políticas que se estendam à família dos colaboradores.
X				Ética, Valores e Transparência	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar um o Código de Conduta Ética, divulgar e promover um correto entendimento dos valores e alinhamento das prátcas.</li> <li>2. Incluir todas as partes interessadas no Código de Conduta Ética.</li> </ol>	Compromisso ético da empresa com a transparência	Monitorar o compromisso ético da empresa com a transparência, estimulando a coerência entre os princípios da empresa e as ações individuais, ou organizacionais, de seus colaboradores
X		X		Balanço Social	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Publicar Anualmente o Balanço Social, buscando atender aos seguintes requisitos: - Comparabilidade, exatidão, periodicidade, clareza, confiabilidade.</li> </ol>	Balanço Social	Monitorar e assegurar o acesso às informações da empresa com relação a Resp. Social, Meio Ambiente, Saúde e Segurança

X				Cidadania	1.Afirmar o compromisso com o Desenvolviemnto Infantil	<p>Interno:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Políticas e programas direcionados aos filhos dos colaboradores;</li> <li>2. Compromisso com a proibição do Trabalho Infantil;</li> <li>3. Levantamento dos filhos dos colaboradores, em idade escolar, que frequentam a escola regularmente.</li> </ol> <p>Externo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Levantamento de Projetos voltados para o Desenvolvimento Infantil apoiados pela empresa e relatórios pertinentes</li> </ol>	Monitorar o Compromisso da empresa com o Desenvolvimento Infantil através de políticas e projeto direcionados ao público interno e sociedade
X				Trabalho Justo	1.Proporcionar uma maior integração entre os colaboradores diretos e terceirizados	Estímulo ao tratamento igualitário, respeito e não discriminação através de treinamento, programas e igualdade de acesso e benefícios.	Monitorar o trabalho justo e o relacionamento da empresa e funcionários com os trabalhadores terceirizados (residentes)
X				Meio Ambiente	1.Gerenciar os Impactos sobre o Meio Ambiente	Levantamento de Aspectos e Impactos Ambientais aplicado a toda a organização e atualizado	Monitorar a sustentabilidade ambiental da empresa
X				Meio Ambiente	1.Gerenciar a Sustentabilidade Florestal	(atendimento à Legislação existente - Código Florestal)	Monitorar a sustentabilidade ambiental da empresa
X				Cidadania	1.Manter o bom relacionamento com Organizações Locais	Parcerias em Ações e Projetos (Geral)	Monitorar a atuação cidadã da empresa, através da participação e relacionamento com as partes interessadas.

X				Cidadania	1. Financiar e promover o Envolvimento na Ação Social	Levantamento de Projetos apoiados e porcentagem de colaboradores envolvidos	Monitorar a atuação cidadã da empresa, através da participação e relacionamento com as partes interessadas.
X				Governança Corporativa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utilizar estudos, pesquisas e apoio de especialistas para melhor fundamentar as resoluções de dilemas éticos, socioambientais e relativos a direitos humanos;</li> <li>2. Orientar suas decisões em consonância com os direitos e princípios fundamentais instituídos pela OIT;</li> <li>3. Orientar suas decisões em consonância com as diretrizes da OCDE;</li> <li>4. Orientar suas decisões em consonância com os princípios do Pacto Global ou em apoio aos Objetivos do Milênio (ODM);</li> <li>5. Alinhar visão e estratégia de forma a contribuir para o desenvolvimento sustentável.</li> </ol>	Atas de reunião e políticas implementadas	Monitorar a ação socialmente responsável da empresa, incluindo as decisões da alta direção e conselho corporativo
X				Governança Corporativa	Indicadores de pessoal para membro dos conselho administrativo (ou estrutura similar) que contemplem: proporção de mulheres, negros, conselheiros independentes)	Levantamento social e étnico dos membros do conselho administrativo	Garantir a diversidade em todos níveis e cargos da organização
	X			Economia	1. Controlar Impactos Econômicos	Levantamento de Aspectos e Impactos Econômicos Regionais e Locais para o Desenvolvimento	Monitorar a atuação cidadã da empresa, através da participação e relacionamento com as partes interessadas.
X				Relações Leais com a Concorrência	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Possui política para promoção da concorrência leal abrangendo os seguintes itens: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pirataria;</li> <li>- Sonegação Fiscal;</li> <li>- Contrabando;</li> <li>- Adulteração de produtos ou marcas;</li> <li>- Falsificação de Produtos.</li> </ul> </li> </ol>	Código de ética ou política para promoção da concorrência leal devidamente implementadas.	Monitorar práticas leais de concorrência

X				Relacionamento com Concorrência e Clientes	1. Boa relação com clientes e concorrentes através da observância de requisitos e legislações pertinentes.	Relação de denúncias a órgãos como ANVISA, ANTT, PROCON e outros órgão do gênero, em linha de tempo.	Monitorar práticas leais de concorrência e atendimento aos requisitos legais aplicáveis.
	X			Economia	1. Planejar e promover políticas de redução de impacto frente à crises econômicas externas (Riscos e Oportunidades)	Número de demissões ocasionadas por mudanças na estrutura operacional e extinção de cargos e setores.	Monitorar o compromisso organizacional com o desenvolvimento econômico e promoção do pleno emprego
	X			Economia	1. Planejar e promover políticas de redução de impacto frente a mudanças ocasionadas pelas transformações da demanda e mercado.	Número de demissões ocasionadas por redução da produção	Monitorar o compromisso organizacional com o desenvolvimento econômico e promoção do pleno emprego
	X		X	Carreira e Remuneração	1. Proporcionar uma Remuneração Justa e Igualitária	Indicadores de pessoal (etnia, gênero, religião...) versus remuneração e oportunidade	Monitorar a eficiência das políticas de promoção da remuneração justa e igualitária
	X		X	Carreira e Remuneração	1. Proporcionar uma Remuneração Justa e Igualitária	Razão entre o salário mais baixo praticado pela organização e o salário mínimo local/regional	Monitorar a eficiência das políticas de promoção da remuneração justa e igualitária
	X			Meio Ambiente	1. Incentivar o consumo sustentável	Porcentagem de materiais utilizados que são provenientes da reciclagem	Monitorar a sustentabilidade ambiental da empresa
	X			Meio Ambiente	1. Incentivar o consumo sustentável	Cálculo de total de energia elétrica poupada através de medidas adotadas	Monitorar o uso consciente de Energia Elétrica através de programas e medidas que busquem a redução gradual do consumo.
	X			Meio Ambiente	1. Incentivar o consumo sustentável	Consumo Responsável (água)	Monitorar o uso consciente de Água através da conscientização dos colaboradores, inspeções planejadas e opção por equipamentos de baixo fluxo.

	X			Meio Ambiente	1. Garantir o atendimento legal (LEI Nº 4.771, de 15/09/1965 - Código Florestal)	M <sup>2</sup> de Habitats protegidos, recuperados ou reflorestados	Monitorar o atendimento legal das empresas fornecedoras de madeiras para dormente.
	X			Meio Ambiente	1. Promover iniciativas para reduzir as emissões de gases	Porcentagem da redução de emissões atmosféricas	Monitorar a sustentabilidade ambiental da empresa
	X			Meio Ambiente	1. Garantir o atendimento Legal, cumprimento de condicionantes e TAC's.	Montantes envolvidos no pagamento de ações significativas e o número total de sanções não monetárias por incumprimento das leis e regulamentos ambientais	Monitorar a sustentabilidade ambiental da empresa
	X			Público Interno	1. Garantir o atendimento Legal da Legislação trabalhista e contratos de trabalho.	Montantes envolvidos no pagamento de ações significativas e o número total de sanções não monetárias por incumprimento das leis e regulamentos Trabalhistas	Monitorar a sustentabilidade ambiental da empresa
	X			Público Interno	1. Garantir a diversidade e igualdade de Oportunidade	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Número de Colaboradores</li> <li>2. Número de Admissões</li> <li>3. Número de terceiros e contratados</li> <li>4. Número de estagiários</li> <li>5. Número de Colaboradores com mais de 45 anos</li> <li>6. Número de Mulheres e Negros</li> <li>7. Porcentagem dos cargos de chefia ocupados por Mulheres e Negros</li> </ol>	Monitorar os indicadores de pessoal

	X			Carreira e Remuneração	1.Proporcionar um Trabalho Justo para todas as partes	Levantamento de Benefícios Trabalhistas concedidos pela empresa	Monitorar as boas práticas trabalhistas realizadas pela organização
	X		X	Trabalho Justo	1.Garantir o Direito à Livre Associação e Negociação Coletiva	Porcetagem de trabalhadores abrangidos por acordos de contratação coletiva	Monitorar o atendimento ao requisito 4 da SA8000
	X			Remuneração Justa	1.Proporcionar um Trabalho Justo para todas as partes	Benefícios assegurados aos trabalhadores de tempo integral diretos concedidos a trabalhadores temporários, a tempo parcial ou terceiros residentes	Monitorar o princípio da não discriminação e do trabalho justo e igualitário
	X			Trabalho Justo	1.Garantir a Saúde, Segurança e Bem Estar dos trabalhadores	Prazo mínimo de notificação prévia em relação a mudanças operacionais, incluindo se esse procedimento é mencionado nos acordos e convenções coletivas	Monitorar o atendimento ao requisito 3 da SA8000, através da prevenção contra acidentes e doenças ocupacionais
	X			Saúde e Segurança	1.Garantir a Saúde, Segurança e Bem Estar dos trabalhadores	Porcentagem da totalidade dos trabalhadores representados em comissões formais de saúde e segurança	Monitorar o atendimento ao requisito 3 da SA8000, através da prevenção contra acidentes e doenças ocupacionais
	X			Saúde e Segurança	1.Garantir a Saúde, Segurança e Bem Estar dos trabalhadores	Taxa de lesões, doenças profissionais, dias perdidos, absentismo e óbitos relacionados com o trabalho, por região	Monitorar o atendimento ao requisitos 3 da SA8000

	X			Saúde e Segurança	1.Garantir a Saúde, Segurança e Bem Estar dos trabalhadores	Programas em curso de educação, formação, aconselhamento, prevenção e controle de risco	Monitorar o atendimento ao requisito 3 da SA8000, através da prevenção contra acidentes e doenças ocupacionais
	X			Saúde e Segurança	1.Garantir a Saúde, Segurança e Bem Estar dos trabalhadores	Tópicos relativos a saúde e segurança abrangidos por acordos formais com sindicatos	Monitorar o atendimento ao requisito 3 da SA8000
	X		X	Remuneração Justa	1.Garantir a diversidade e igualdade de Oportunidade	Razão entre o salário base entre homens e mulheres, por categoria e função.	Monitorar o princípio da não discriminação e do trabalho justo e igualitário
	X			Inclusão Social e respeito à diversidade	1.Garantir a diversidade e igualdade de Oportunidade	Número total de casos de discriminação e ações tomadas	Monitorar o atendimento do item 5 da SA 8000
	X		X	Trabalho Justo	1.Proporcionar um Trabalho Justo para todas as partes	Porcentagem dos principais fornecedores e empresas contratadas que foram submetidas a avaliações relativas a Direitos Humanos e ações tomadas	Monitorar o trabalho justo na cadeia de Fornecimento
	X		X	Trabalho Justo	1.Garantir o Direito à Livre Associação e Negociação Coletiva	Casos em que existam um risco significativo de impedimento ao livre exercício da liberdade de associação	Monitorar o atendimento ao requisito 4 da SA 8000
	X			Trabalho Justo	1.Proporcionar um Trabalho Justo para todas as partes	Casos em que existam um risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou escravo e medidas que contribuam para sua eliminação	Monitorar o atendimento ao requisito 2 da SA 8000



	X			Trabalho Justo	1. Proporcionar um Trabalho Justo para todas as partes	Casos em que existam um risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e medidas que contribuam para sua eliminação	Monitorar o atendimento ao requisito 1 da SA 8000
	X			Inclusão Social e respeito à diversidade	1. Manter os colaboradores, regularmente, treinados em Requisitos de Resp. Social e código de Ética da Empresa	Porcentagem do pessoal de segurança submetidos a treinamento relativos aos Direitos Humanos e Discriminação	Monitorar a promoção do comportamento ético e não discriminatório pelos colaboradores que atuam em nome da organização
X	X			Ética, Valores e Transparência	1. Manter os colaboradores, regularmente, treinados em Requisitos de Resp. Social e código de Ética da Empresa	Porcentagem de trabalhadores submetidos à formação nas políticas e práticas de anti-corrupção da organização	Monitorar a promoção do comportamento ético e não discriminatório pelos colaboradores que atuam em nome da organização
	X			Comunidade	1. Levantamento dos pontos, grupos e locais de conflito com relação à atuação da empresa	Posições quanto a políticas públicas em grupos de pressão/controlê	Monitorar e controlar o bom relacionamento da empresa e do ambiente organizacional externo
	X			Ética, Valores e Transparência	1. Comércio Justo	Número total de ações judiciais por concorrência desleal, antitrust e prática de monopólio	Monitorar práticas leais de concorrência
	X			Ética, Valores e Transparência	1. Comunicação Externa	Programas de observância das leis, normas e códigos voluntários relacionados com as comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio	Monitorar e gerenciar as práticas comerciais e publicitárias da empresa

	<b>X</b>			Cidadania	1.Comunicação Externa	Número de reclamações/críticas da Comunidade e Porcentagem de reclamações/críticas atendidas ou solicitadas	Monitorar e gerenciar o relacionamento da empresa com as partes interessadas, conforme requisito 3.4.2 da NBR 16001 e 9.12 da SA 8000
	<b>X</b>			Cliente	1.Buscar a melhoria contínua e a satisfação do cliente (através de sistemática para a	Número de reclamações/críticas do Cliente e Porcentagem de reclamações/críticas atendidas ou solicitadas	Monitorar e gerenciar a qualidade dos produtos e serviços prestados e atendimento aos requisitos do cliente

## **ANEXO 2**

*Questionário utilizado para a realização das entrevistas estruturadas.*