Responsabilidade Social Empresarial (RSE)

Prof. Murilo Carneiro*

Origem e conceito

Antes que seja apresentado o conceito de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), é preciso que sejam feitas algumas considerações históricas, pois elas permitirão que se entenda seu surgimento como tema de estudo na ciência da Administração e, principalmente, como forma de conscientizar as empresas do seu importante papel perante a sociedade.

Desde os primórdios do capitalismo, até grande parte do século XX, não se tem conhecimento de prática de ações sociais, de forma sistemática e expressiva, por parte das empresas. Isso porque o capitalismo, dentre outros motivos, tem como um de seus pilares o chamado Estado Liberal (ou Sistema Liberal), onde o Estado não deveria intervir na economia e, muito menos, nas relações de trabalho, tendo o empregador total liberdade para estipular as condições de trabalho. Portanto, durante vários séculos, as empresas não se preocuparam nem em fornecer condições dignas de trabalho aos seus próprios funcionários; imagine então se seria possível se preocuparem em contribuir com a sociedade como um todo.

Segundo Tenório (2006), pelo liberalismo, a interferência do Estado na economia seria um obstáculo à concorrência, elemento essencial ao desenvolvimento econômico e cujos benefícios seriam repartidos por toda a sociedade. O Estado seria o responsável pelas ações sociais e pela proteção da propriedade. Já as empresas deveriam buscar a maximização do lucro, a geração de empregos e o pagamento de impostos. Atuando dessa forma, as empresas exerceriam sua função social.

Foi diante dessa realidade que, durante muito tempo, a RSE foi encarada por meio do **ponto de vista clássico**. Segundo Certo e Peter (1993), esse ponto de vista preconiza que as empresas não devem assumir qualquer responsabilidade social além de fornecer empregos, pagar seus impostos e propiciar melhores condições de trabalho. Elas devem objetivar somente a busca pelo aumento dos lucros. Portanto, a preocupação com a sociedade deveria ser do Estado, e não das empresas. Ao cumprir com suas obrigações legais, elas já estariam atuando com responsabilidade social, pois os tributos pagos gerariam receitas para o Estado cuidar da sociedade.

* Graduado em Administração, especialista em Análise Financeira e mestre em Administração pelo Centro Universitário Moura Lacerda (CUML). Mestre em Administração de Organizações pela FEA-RP USP. Consultor empresarial na área de finanças e gestão empresarial, professor universitário, escritor e colunista do Portal Revide.

O despertar do ponto de vista contemporâneo da RSE não possui um histórico cronologicamente definido, mas sim faz parte de uma evolução contínua da postura das empresas em face da questão social, provocada por uma série de acontecimentos sócio-políticos determinantes e também pela própria trajetória histórica do capitalismo mundial.

Com o fim da Guerra Fria, que ocorreu em 1991, e o desmantelamento da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), o capitalismo se tornou o sistema econômico da imensa maioria dos países do mundo. Diante desse cenário, o poder dos governos diminuiu e, como consequência, o das empresas aumentou.

Essa afirmação pode ser ratificada por meio de um estudo realizado pela Organização Não Governamental (ONG) Global Justice Now. Segundo Galindo (2017), nesse estudo, foi elaborada uma classificação que compara as cifras de negócios das principais empresas com a renda orçamentária dos países. De acordo com tal classificação, se a rede norte-americana de supermercados Walmart fosse um Estado, ocuparia o décimo posto, atrás dos EUA, China, Alemanha, Japão, França, Reino Unido, Itália, Brasil e Canadá. No total, 69 das 100 principais entidades econômicas são empresas.

Com o fortalecimento das empresas e enfraquecimento do Estado, muitos problemas sociais se potencializaram. Essa realidade veio consolidar o **ponto de vista contemporâneo** da RSE. Segundo Certo e Peter (1993), esse ponto de vista preconiza que as empresas, como importantes e influentes membros da sociedade, são responsáveis por ajudar a manter e melhorar o bem-estar da sociedade como um todo.

Atualmente, muitos autores consideram que a RSE não pode ser vista por meio do ponto de vista clássico, pois não basta que as empresas se limitem a cumprir leis e normas que regem o funcionamento de sua atividade econômica e paguem seus tributos. Ao atuar dessa forma, as empresas não estariam efetivamente atuando com responsabilidade social, mas sim estariam somente atuando com responsabilidade técnica e fiscal, ou seja, cumprindo suas obrigações legais.

Logicamente, não se pode descartar a importância do cumprimento das obrigações legais, visto que várias empresas nem isso fazem. No entanto, por se acreditar que responsabilidade social seja muito mais que isso, serão apresentados alguns conceitos sobre esse tema que se alinham com o ponto de vista contemporâneo.

“Responsabilidade social é o grau em que os administradores de uma organização realizam atividades que protejam e melhorem a sociedade além do exigido para atender aos interesses econômicos e técnicos da organização”. (CERTO E PETER, 1993).

“Responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma empresa deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo

amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela”. (ASHLEY, 2002).

Apesar de o conceito de RSE não estar explícito na home page do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, referência no Brasil sobre esse tema, pode-se verificar sua opinião sobre o tema aos observarmos os itens da carta de princípios que as empresas devem se comprometer ao se tornar associada do Instituto.

“Responsabilidade social: reconhecemos a responsabilidade pelos resultados e impactos das ações de nossa empresa no meio natural e social afetados por nossas atividades empresariais e envidaremos todos os esforços no sentido de conhecer e cumprir a legislação e de, voluntariamente, exceder nossas obrigações naquilo que seja relevante para o bem-estar da coletividade”. (ETHOS, 2023).

Evolução no Brasil

No Brasil, segundo Marassee e Pimentel (2004), acompanhando a tendência das economias em desenvolvimento, a preocupação com a responsabilidade social demorou a sensibilizar empresários e executivos responsáveis pelas decisões estratégicas dos negócios. Na verdade, somente a partir dos anos 1990 as empresas no Brasil aumentaram os investimentos em projetos sociais, passando a defender padrões mais éticos na relação com seus *stakeholders* e práticas ambientais sustentáveis.

Conceito criado na década de 1980, pelo filósofo norte-americano Robert Edward Freeman, o *stakeholder* é qualquer indivíduo ou organização que, de alguma forma, é impactado pelas ações de uma determinada empresa, tais como: clientes, colaboradores, fornecedores e governo e quaisquer outros indivíduos ou organizações que possam ter algo tipo de interesse nela.

O cenário complexo e contraditório da chamada globalização, no qual as empresas detêm grande poder de manipulação das forças de mercado, mas são também extremamente vulneráveis às mudanças de comportamento social, tornou-se propícia ao ressurgimento da proposta de exercício da responsabilidade social por parte das empresas privadas, principalmente em países em desenvolvimento, como o Brasil, onde o quadro de desajustes e desequilíbrios socioeconômicos pode até por em cheque a própria existência do sistema capitalista, gerando enfraquecimento de um grande mercado consumidor (MARASSEA, PIMENTEL, 2004).

A RSE, cuja projeção nos EUA e na Europa aconteceu em meados da década de 1960, passou a ser pauta na agenda dos empresários brasileiros, com mais veemência, somente na década de 1990. Essa pauta ganhou mais veemência devido a alguns fatos históricos: período de redemocratização e abertura econômica do País, direitos conquistados com a Constituição Federal de 1988, aprovação do

Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e do Código de Proteção e Defesa do Consumidor em 1990 e aprovação da Lei Orgânica da Assistência Social (LOAS) em 1992. Tais fatos históricos contribuíram para uma maior conscientização e organização da sociedade civil sobre seus direitos, também favorecendo a fundação e fortalecimento das ONGs (ALESSIO, 2003).

Dimensionar as ações de responsabilidade social no Brasil torna-se tarefa difícil, considerando o fato de que se iniciaram informalmente na sociedade por meio de entidades eclesiais e empresariais. Historicamente atrelado a prática da filantropia o movimento de responsabilidade social no país, traz consigo, desde o período colonial, a presença das igrejas cristãs atuando direta ou indiretamente prestando assistência à comunidade.

Segundo Ashley (2002), as primeiras discussões sobre RSE remontam a meados da década de 1970, tendo como protagonista a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), cujo objetivo era promover o debate sobre o balanço social, um relatório contábil não obrigatório que visa apresentar as ações de responsabilidade social desenvolvidas por uma empresa em um determinado período de tempo.

No ano de 1980, professores do Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP) se uniram para criar uma instituição conveniada à escola: a Fundação Instituto de Administração (FIA). A FIA, tempos depois, em 1998, criou o Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor (CEATS), como um programa institucional.

O CEATS, desde sua fundação, objetiva proporcionar a lideranças e empresas, iniciativas sociais, poder público e centros de pesquisa e ensino, o acesso a competências, ferramentas e conhecimento de ponta para o desenvolvimento de ideias e iniciativas. Realizadas de forma estruturada, tais ações poderão gerar impactos sociais positivos com efeitos duradouros. O CEATS (2023) declara que sua missão é gerar e disseminar conhecimentos e práticas de gestão em Empreendedorismo Social por meio de pesquisas, cursos e publicações focados no Desenvolvimento Socioambiental Sustentável.

Outro fato que abriu caminho para as práticas de responsabilidade social em nosso país foi a criação do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), que foi fundado em 1981 por Herbert de Souza (Betinho), após sua anistia política, e seus companheiros de exílio Carlos Afonso e Marcos Arruda. Betinho ficou internacionalmente conhecido em 1993, quando encabeçou a Campanha de Ação da Cidadania contra a Miséria e pela Vida, popularmente conhecida como “Campanha do Betinho”. Essa campanha foi uma grande mobilização da sociedade brasileira e das empresas em busca de soluções para as questões da fome e miséria. Para esse fim o sociólogo falava em corresponsabilização da sociedade na luta pelas questões sociais do país.

O Ibase (2023) declara que sua missão é ser uma organização de cidadania ativa, que produz e formula conhecimentos, análises, questões e propostas como argumentos para a ação democrática transformadora. Seu campo prioritário de ação é o espaço público. Analisar e propor, debater e agir, trabalhar em rede e construir fóruns coletivos, tudo visando movimentos políticos e culturais irresistíveis, que tenham os direitos, a cidadania, a democracia e a sustentabilidade socioambiental como suas agendas.

Outra instituição que merece destaque na propagação do conceito de RSE no Brasil é a Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (Abrinq), fundada em 1985. Suas ações passaram a ter mais destaque a partir de 1990, ano de promulgação do Estatuto da Criança e do Adolescente por meio da Lei nº 8.069. A Fundação Abrinq (2023) comenta que uma de suas estratégias para defender os direitos das crianças e dos adolescentes é engajar o setor empresarial. Por meio do Programa Empresa Amiga da Criança, ela visa estimular as empresas a praticar a RSE com foco na infância e adolescência.

A criação e a atuação do Grupo de Instituições, Fundações e Empresas (GIFE) é outro ponto altamente relevante para a consolidação das práticas de responsabilidade social no país, pois embasou o conceito de “cidadania empresarial”. Nascido como grupo informal em 1989 e instituído como organização sem fins lucrativos em 1995, o GIFE tornou-se referência no país no tema do investimento social privado. Atualmente, conta com uma rede de mais de 160 associados que, somados, aportaram, por exemplo, R\$ 5.3 bilhões em investimento social no ano de 2020 (GIFE, 2023).

O mesmo grupo que originou o GIFE deu um passo adiante criando, em 1998, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. O Ethos (2023) é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) cuja missão é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável. Criado em 1998 por um grupo de empresários e executivos da iniciativa privada, o Ethos é um polo de organização de conhecimento, troca de experiências e desenvolvimento de ferramentas para auxiliar as empresas a analisar suas práticas de gestão e aprofundar seu compromisso com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável.

Embora o engajamento de empresas em ações sociais já venha ocorrendo no Brasil há muito tempo, vem crescendo, nos últimos anos, a preocupação com um envolvimento mais sistemático da iniciativa privada com o tema da responsabilidade social. Este fenômeno reflete uma percepção, cada vez mais generalizada na sociedade, de que a solução dos problemas sociais é uma responsabilidade de todos, e não apenas do Estado; de que é imperativo garantir a todos o acesso à alimentação, moradia, educação, saúde, emprego, um meio ambiente saudável e a outros bens sociais fundamentais; de que

não é mais possível conviver com a exclusão de uma larga parcela da população desses bens sociais, como até agora ocorre no Brasil e em outros vários países do mundo.

Formas de Atuação

Existem várias ações concretas que as empresas podem implantar quando decidem adotar uma atuação voltada à responsabilidade social. Didaticamente, Certo e Peter (1993) sugerem que elas podem ser agrupadas em quatro temas:

- Clientes: a relação com eles deve ser ética e extrapolar as exigências legais. Exemplos: oferecer produtos com especificações superiores ao que o INMETRO exige, estender a garantia do produto acima do padrão de mercado, oferecer serviços extras sem custos;
- Colaboradores: a relação não deve se limitar somente aos direitos consolidados na legislação trabalhista. Exemplos: propiciar um salário acima do padrão de mercado, fornecer benefícios extras, promover treinamentos e oportunidades educacionais especiais;
- Meio ambiente: deve-se procurar ampliar os impactos positivos e minimizar os negativos em relação ao meio ambiente. Exemplos: manipular cuidadosamente o lixo, fabricar produtos recicláveis ou biodegradáveis, proteger o ambiente contra a poluição (ar, água, sonora, etc.);
- Sociedade: deve-se buscar melhorar a sociedade onde a organização está inserida. Exemplos: apoiar empreendimentos de minoria ou comunitários por meio de parcerias (compra ou subcontratação preferencial), fazer doações ou prestar serviços para ajudar programas de desenvolvimento comunitário, apoiar projetos culturais e relacionados aos esportes.

As ações concretas de responsabilidade não são exclusividade de empresas de grande porte, pois também podem ser implantadas por empresas de micro e pequeno porte (MPEs). Por meio de uma pesquisa exploratória, realizada com MPEs, Carneiro e Silva Júnior (2006) constataram que tais empresas podem efetivamente implantar ações concretas de responsabilidade social, tais como: oferecer convênio médico aos seus colaboradores, comprar produtos de empreendedores da comunidade, fazer a coleta seletiva do lixo e economizar papel e energia elétrica.

Visando conscientizar as MPEs a adotar ações de responsabilidade social, o Ethos (2003) criou sete diretrizes básicas para levarem em conta na gestão do negócio:

- Adote valores e trabalhe com transparência: ser socialmente responsável é atender às expectativas sociais, com transparência, mantendo a coerência entre o discurso e a prática. Este compromisso serve de instrumento para a existência de um bom relacionamento da organização com os públicos com os quais se relaciona;

- Valorize empregados e colaboradores: a organização socialmente responsável procura fazer mais, além de respeitar os direitos trabalhistas. Nunca abra mão de um contato mais direto com as pessoas que fazem a sua empresa;
- Faça sempre mais pelo meio ambiente: as organizações, de um modo ou de outro, dependem de insumos do meio ambiente para realizar suas atividades. Portanto, deve ser parte de sua responsabilidade social evitar o desperdício de tais insumos (energia, matérias-primas em geral e água);
- Envolva parceiros e fornecedores: todo empreendimento socialmente responsável deve estabelecer um diálogo com seus fornecedores, sendo transparente em suas ações, cumprindo os contratos estabelecidos, contribuindo para seu desenvolvimento e incentivando os fornecedores para que também assumam compromissos de responsabilidade social;
- Proteja clientes e consumidores: a organização socialmente responsável oferece qualidade não apenas durante o processo de venda, mas em toda a sua rotina de trabalho. Faz parte de suas atribuições promover ações que melhorem a credibilidade, a eficiência e a segurança de seus produtos e serviços;
- Promova sua comunidade: respeito aos costumes e à cultura local, contribuição em projetos educacionais, em ONGs ou organizações comunitárias, destinação de verbas a instituições sociais e a divulgação de princípios que aproximam seu empreendimento das pessoas ao redor são algumas das ações que demonstram o valor que sua organização dá à comunidade;
- Comprometa-se com o bem comum: o relacionamento ético com o poder público, assim como o cumprimento das leis, faz parte da gestão de uma organização socialmente responsável. Ser ético, nesse caso, significa cumprir as obrigações de recolhimento de tributos, alinhar os interesses da organização com os da sociedade, comprometer-se formalmente com o combate à corrupção, contribuir para projetos e ações governamentais voltados para o aperfeiçoamento de políticas públicas na área social, etc.

Argumentos a favor e contra

Apesar de vários autores defenderem que a RSE deve ser abordada por meio do ponto de vista contemporâneo, há outros que a defendem por meio do ponto de vista clássico, ou seja, para ser socialmente responsável, basta que a empresa cumpra todas as obrigações legais as quais está sujeita por atuar em um determinado segmento de mercado.

Para que seja possível avaliar esses dois pontos de vista, serão apresentados argumentos a favor e contra a RSE ser abordada por meio do ponto de vista contemporâneo. Ao analisar tais

argumentos, acredita-se que os empresários poderão avaliar com qual deles devem se alinhar para conduzir seu negócio. Certo e Peter (1993) levantaram os seguintes argumentos:

A favor

- É a coisa ética a ser feita;
- As normas socioculturais a exigem;
- As ações sociais podem ser lucrativas;
- Melhora a imagem pública da empresa;
- As leis não conseguem atender todas as circunstâncias;
- É do maior interesse das empresas promover e melhorar a comunidade onde seus negócios se realizam;
- As empresas, para alguns grupos, são consideradas como as instituições com recursos financeiros e humanos capazes de resolver problemas sociais.

Contra

- Pode ser ilegal;
- Vai contra a maximização do lucro;
- Dilui as atividades fim da empresa;
- As ações sociais não podem ser medidas;
- O custo das ações sociais é muito grande e eleva os preços;
- Tais envolvimento de empresas não gozam de amplo apoio público;
- As empresas já tem muito poder. Tais envolvimento tornarão as empresas muito poderosas.

Obviamente, para cada um dos argumentos contra, os adeptos do ponto de vista contemporâneo possuem justificativas para rebatê-los. Dentre elas, afirmam que as ações de RSE, apesar de gerarem despesas, devem ser encaradas como um investimento que gerará retorno financeiro no médio e longo prazo; portanto, tais ações não iriam contra a maximização do lucro.

Ações de RSE voltadas aos colaboradores tendem a gerar aumento na motivação e comprometimento, aumentando a produtividade e reduzindo o absenteísmo e o *turnover*. Segundo Afonso (2023), um colaborador motivado e alinhado com a estratégia da empresa é um colaborador feliz, que sente que faz parte da empresa e que ela o valoriza e ouve as suas necessidades. Um colaborador motivado não falta (absenteísmo) e não está ativamente pensando em sair da empresa (*turnover*), existindo, dessa forma, um sentimento de pertencimento.

Ações de RSE voltadas à sociedade melhoram a imagem da empresa, tendendo, dessa forma, a gerar um aumento em seu faturamento. Azevedo et al. (2016) identificaram indícios, por meio de um

estudo de caso com uma empresa de grande porte, que as ações de RSE melhoram a imagem das empresas perante o mercado, refletindo em resultados financeiros competitivos.

Segundo o G1 (2021), um estudo realizado em 2019 pela agência de pesquisa norte-americana Union + Webster, divulgado pela Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), apontou que 87% da população brasileira prefere comprar produtos (bens e serviços) de empresas sustentáveis, que adotam práticas de RSE. Também ficou evidenciado que 70% dos entrevistados não se importariam em pagar um pouco mais por tais produtos.

Certificações

As certificações de responsabilidade social são relativamente recentes. A preocupação com o meio ambiente gerou o desenvolvimento da ISO 14000, que é a certificação mais conhecida. Porém, há diversas outras relevantes, como a ISO 26000, a ABNT NBR 16001, a SA 8000 e a AA 1000. Segundo Quinteros (2020), para os clientes e demais *stakeholders*, as certificações geram a confiabilidade de estar adquirindo um produto com respeito ao meio ambiente e às questões sociais.

É importante ressaltar que tais certificações não são obrigatórias por lei; portanto, as empresas, ao buscá-las, visam obter uma vantagem competitiva e, com isso, acessar mercados que valorizam empresas socialmente responsáveis.

ISO 14000

A ISO 14000 é uma norma elaborada pela *International Organization for Standardization* (ISO), com sede em Genebra, na Suíça, que reúne mais de 100 países com a finalidade de criar normas internacionais. Cada país possui um órgão responsável por elaborar suas normas. No Brasil o órgão responsável é a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

A certificação ISO 14000 visa caracterizar os negócios da empresa como comércio ecossensível. Isso significa adotar uma gestão ecoeficiente, integrando fatores como tecnologia, recursos, processos, produtos, pessoas e sistemas de gestão. É o padrão internacional utilizado para auditoria ambiental.

Esta auditoria realiza uma análise crítica de forma documentada e aponta para a empresa possíveis necessidades de alterações em sua política ou objetivos orientando para um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) comprometido com a melhoria contínua. Esta é uma regra da ISO 14000 para que o SGA adotado pela empresa seja avaliado por ela mesma, periodicamente, no sentido de identificar problemas ou possíveis melhorias visto que o ambiente econômico também sofre influências circunstanciais; portanto, é preciso relacionar o plano de gestão ambiental com as realidades tanto microambientais quanto macroambientais.

ISO 26000

Segundo o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO, 2010), no dia 1º de novembro de 2010, foi publicada a Norma Internacional ISO 26000 – Diretrizes sobre Responsabilidade Social, cujo lançamento foi em Genebra, Suíça. No Brasil, no dia 8 de dezembro de 2010, a versão em português da norma, a ABNT NBR ISO 26000, foi lançada em evento na Fiesp, em São Paulo.

De acordo com essa norma, a responsabilidade social se expressa pelo desejo e pelo propósito das organizações em incorporarem considerações socioambientais em seus processos decisórios e a responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente. Isso implica um comportamento ético e transparente que contribua para o desenvolvimento sustentável, que esteja em conformidade com as leis aplicáveis e seja consistente com as normas internacionais de comportamento. Também implica que a responsabilidade social esteja integrada em toda a organização, seja praticada em suas relações e leve em conta os interesses das partes interessadas.

Segundo Quinteros (2020), a ISO 26000 tem como objetivo traçar diretrizes para ajudar empresas de diferentes portes, origens e localidades na implantação e no desenvolvimento de políticas baseadas na sustentabilidade. A ISO 26000 é uma norma de diretrizes e de uso voluntário; não visa e nem é apropriada a fins de certificação. Portanto, o INMETRO (2010) afirma que qualquer oferta de certificação ou alegação de ser certificado pela ABNT NBR ISO 26000 constitui em declaração falsa e incompatível com o propósito da norma.

ABNT NBR 16001

A ABNT NBR 16001 é a norma brasileira de RSE voltada para o sistema de gestão da responsabilidade social. Ela, ao contrário da ISO 26000, certifica as organizações por meio do INMETRO, que define procedimentos de certificação. Além disso, o INMETRO também efetua a acreditação de organismos de certificação que realizam auditorias nas organizações e emitem o certificado, que leva também a marca do INMETRO.

Fazendo uma correlação entre a norma brasileira ABNT NBR 16001 e a norma internacional ISO 26000, Quinteros (2020) afirma que esta última orienta e apresenta diretrizes, já a ABNT NBR 16001, por possuir requisitos obrigatórios, possibilita a obtenção de uma certificação. A verificação do cumprimento e monitoramento devem realizados por auditoria externa, independente.

SA 8000

Algumas empresas de classe mundial (como AVON, KPMG, SGS, TOYS R US), ONGs, sindicatos, entidades de classe, resolveram elaborar uma norma relativa às condições de trabalho. Uma

entidade norte-americana, a *Council on Economics Priorities Accreditation Agency* (CEPAA) coordenou as atividades. Esta entidade agora chama-se *Social Accountability International* (SAI).

Segundo Ponchirolli (2007), a SAI, criada em 1997 e sediada nos Estados Unidos, concebeu um programa denominado SA 8000, que visa, por meio de uma auditoria, conceder uma certificação às empresa que oferecem condições de trabalho dignas e promovem o bem estar dos seus colaboradores.

A SA 8000 foi baseada nas normas da Organização Internacional do Trabalho (OIT), na Declaração Universal dos Direitos Humanos e na Declaração Universal dos Direitos da Criança da ONU. A sua elaboração está relacionada ao 50º aniversário da Declaração dos Direitos Humanos da ONU.

AA 1000

A AA1000 foi elaborada pelo *Institute of Social and Ethical Accountability* (ISEA), organização sem fins lucrativos, sediada em Londres e fundada em 1995, que promove o desenvolvimento de ferramentas e normas de *accountability*. O lançamento da primeira versão foi em 1999. Após uma pesquisa realizada com a sociedade empresarial, pública e civil, o ISEA desenvolveu uma nova versão que foi publicada em março de 2003.

A AA1000 foi fundamentada sobre onze princípios de qualidade da gestão, reunidos em quatro grupos: (a) escopo e estrutura do processo da organização, (b) significância da organização, (c) qualidade da informação e (d) gerenciamento do processo em base contínua.

Ponchirolli (2007) comenta que a AA100 é uma norma de *accountability*, com foco em assegurar a qualidade da contabilidade, auditoria e relato social e ético, sendo considerada o primeiro padrão internacional de responsabilidade social corporativa a ser criado que focava a auditoria contábil relacionada a uma gestão ética.

Relatórios

A adoção de ações concretas de responsabilidade social pressupõe que a diretoria da empresa tenha esta vontade e exprimir este desejo aos *stakeholders* é fundamental para transformar esta vontade em sua própria missão social. Portanto, após a adoção de tais ações, é imprescindível que as mesmas sejam formalizadas por meio de um relatório.

Este relatório deve conter uma descrição das relações que a empresa mantém com os grupos envolvidos no processo, ou seja, os *stakeholders*. Um dos modelos de relatório de RSE é o da *Global Reporting Initiative* (GRI). Trata-se de um padrão adotado em todo o mundo e revela a importância de prestar contas à sociedade das ações concretas de responsabilidade social realizadas por uma empresa.

A GRI é uma organização internacional que tem como objetivo ajudar empresas, governos e instituições a comunicar e divulgar o impacto de suas ações e negócios no setor sustentável de modo geral.

A divulgação dessas ações, segundo a SGS Sustentabilidade (2021), é feita por meio de um relatório de sustentabilidade, que é uma ferramenta utilizada pelas organizações para desenvolver uma estratégia de gestão voltada para alguns indicadores socioambientais e econômicos. As diretrizes do GRI são aplicáveis a todas as companhias e instituições, oferecendo princípios e dados relevantes para que elas possam elaborar seus relatórios de sustentabilidade.

Os relatórios elaborados pelas empresas para formalizar suas ações de responsabilidade social são mais conhecidos pelo nome de **balanço social**. A procedência da palavra balanço provém do latim *bilancis* e significa *bi* = dois; *lancis* = prato, ou seja, dá a ideia de balança, o que nos remete a noção de equilíbrio entre grandezas. Por isso, segundo Apolinário (2010), o termo balanço social, no sentido conceitual, é considerado como inadequado por estudiosos contábeis, já que esse demonstrativo corresponde a um relatório de evidenciação das ações de RSE. Diante dessa constatação, os termos mais adequados seriam Relatório de Sustentabilidade ou Relatório da Responsabilidade Social.

A divulgação do balanço social foi uma prática originada das demandas éticas envoltas na discussão sobre a RSE desenvolvida mundo afora. A transparência como valor agregado às mudanças do mundo globalizado passou a exigir das empresas a publicação dos relatórios anuais de desempenho das atividades sociais e ambientais desenvolvidas, além dos impactos de suas atividades e as medidas tomadas para prevenção ou compensação de acidentes.

Dentre os benefícios proporcionados pela elaboração e divulgação do balanço social, Tenório (2006) destaca:

- A identificação do grau de comprometimento social da empresa com a sociedade, os colaboradores e o meio ambiente;
- A evidenciação, por meio de indicadores, das contribuições à qualidade de vida da sociedade;
- A avaliação da gestão da empresa por meio de resultados sociais e não somente financeiros.

ESG: uma nova tendência

O termo *Environmental, Social and Governance* (ESG em inglês) ou Ambiental, Social e Governança (ASG em português), embora não represente um tema necessariamente novo no mercado, segundo Marinho (2022), vem despontando como grande tendência e tem sido uma importante e necessária resposta das empresas frente aos desafios da sociedade contemporânea, relacionadas em especial a integração da geração de valor econômico aliado à preocupação com as questões ambientais,

sociais e de governança corporativa. Na prática, ao aderir ao conceito ESG, as empresas estão exercendo sua RSE.

Lançado em 2004 por uma iniciativa ligada à ONU, Fávio (2021) comenta que o termo ESG ganhou força e passou a receber maior atenção e investimentos durante a pandemia, em meio a discussões sobre se crises ambientais previstas pela ciência, em especial a climática, poderiam também ter impactos globais no futuro.

É importante destacar que estudos e relatórios de casas de análises e agências de rating, segundo Fávio (2021), indicam que empresas alinhadas a esses princípios vêm se saindo melhor não só em se tratando de gestão de imagem, mas financeiramente. O desejo por um mercado mais ético, o temor de crises de reputação e sinais de que investir em ESG dá lucro contribuem para aumentar o interesse de investidores sobre o tema. É importante explicar, com maior detalhamento, o reflexo dessa sigla nas estratégias empresariais.

Environmental (E)

De acordo com Bartunek (2020), a questão ambiental vem ganhando mais relevância nos últimos anos. Ele comenta que não há dúvida de que o problema do aquecimento global existe e as empresas podem ser parte do problema (alta emissão de carbono) ou parte da solução.

Segundo a Revista Galileu (2021), cerca de 97% dos estudos publicados entre 1991 e 2012 aceitavam a ideia de que atividades humanas estavam alterando o clima da Terra. Recentemente, cientistas decidiram investigar se o consenso se manteve e descobriram que ele, inclusive, se fortaleceu: mais de 99,9% dos artigos consideram que as mudanças climáticas são majoritariamente causadas pelos seres humanos.

“A vida das empresas que emitem elevados teores de carbono em seus processos será cada vez mais difícil. Não só os consumidores buscam empresas mais conectadas com questões ambientais, como os custos de ser poluente só vão aumentar (custos, taxas e impostos)”. (BARTUNEK, 2020).

Diante desse cenário, ele afirma que aspectos a se observar nas questões ambientais de empresas são: consumo de energia, água e eficiência energética; reciclagem; emissão de gases poluentes (exemplo: emissão de carbono); preservação da biodiversidade; medidas anti-desastres e consciência ambiental.

Social (S)

Bartunek (2020) comenta que o “social” engloba as relações da empresa com seus colaboradores, clientes e comunidade. Os aspectos a se observar nas questões sociais das empresas são: engajamento e rotatividade da equipe; desenvolvimento intelectual dos colaboradores; atração e

retenção de talentos; segurança e saúde dos colaboradores; relações com os clientes; rede de fornecedores e impactos na comunidade local.

Governance (G)

O tema se refere, resumidamente, em como as relações entre os acionistas e os controladores são governadas. Segundo Bartunek (2020), os aspectos a se observar nas questões de governança das empresas são: alinhamento e direitos dos acionistas; alinhamento na remuneração dos executivos; independência, experiência e remuneração do Conselho de Administração; práticas contábeis; solidez dos controles e processos internos; transações com partes relacionadas; transparência e responsabilidade; estrutura de classes de ações e prevenção a corrupção.

Uma dúvida que pode surgir em relação à ESG é: será só mais um modismo? Em relação a essa dúvida, Rodrigues (2020) afirma que só o futuro dirá se a ESG é mais um modismo. Porém, segundo ela, o movimento agora da defesa dos critérios ESG nasce diferente de outros modismos. Ele está surgindo e sendo estimulado a partir do mercado financeiro, mais propriamente dos fundos de investimento e dos bancos, como condição para alocar os capitais de potenciais investidores (ou de futuros acionistas) para essa ou aquela empresa.

Para que a ESG não se torne um modismo, também cabe a nós fazer nossa parte. Devemos comprar, preferencialmente, de empresas que exerçam a RSE pelo ponto de vista contemporâneo. Também devemos estar atentos às empresas que descumprem as leis, prejudicando seus *stakeholders*, e nos engajar em exigir, dos políticos que elegemos, leis mais rigorosas para punir tais empresas.

Muito se fala da RSE, mas a Responsabilidade Social Individual (RSI) também é tão importante quanto a primeira. Ela consiste em o indivíduo agir de maneira consciente do seu papel transformador no mundo, adotando uma postura proativa no sentido de influenciar e afetar as pessoas do seu meio social.

Ser socialmente responsável é adotar uma postura diária, que se percebe nos menores atos do cotidiano. É preciso abraçar e incorporar a responsabilidade social em nosso sistema de valor e crença pessoal para nos tornarmos agentes transformadores.

Toda responsabilidade social, seja empresarial ou individual, deve ser um ato voluntário, é a forma como nós agimos no anonimato, nos pequenos gestos. Ter responsabilidade social é agir com honestidade, ética, pensando no bem comum e no meio ambiente.

“A melhor maneira de ser feliz é contribuir para a felicidade dos outros”. Confúcio.

Referências

ABRINQ. **Empresas Amigas da Criança realizam eventos de combate à violência sexual infantil.** 2023. Disponível em: <<https://fadc.org.br/taxonomy/term/responsabilidade-social-corporativa>>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

AFONSO, Liliana Maria Pereira. **A Responsabilidade Social Interna como ferramenta de combate aos índices de absentismo e turnover.** 2023. 61f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Organizações) - Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Portugal.

ALESSIO, Rosemeri. **Responsabilidade social das empresas no Brasil: reprodução de posturas ou novos rumos?** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

APOLINÁRIO, Auriana Pacheco. **Balanco social: Instrumento de gestão e de transparência da responsabilidade social corporativa.** 2010. Disponível em: <<https://monografias.brasilecola.uol.com.br/administracao-financas/balanco-social-instrumento-gestao-transparencia-responsabilidade.htm>>. Acesso em: 19 de julho de 2023.

ASHLEY, Patrícia Almeida (coordenadora). **Ética e responsabilidade social nos negócios.** São Paulo: Saraiva, 2002.

AZEVEDO, Juliana Birkan; ENDE, Marta Von; WITTMANN, Milton Luiz. **Responsabilidade Social e a imagem corporativa: o caso de uma empresa de marca global.** 2016. Disponível em: <<https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/EeN/article/view/3142>>. Acesso em: 18 de julho de 2023.

BARTUNEK, Florian. **Ambiental, Social e Governança (ASG), você já está atrasado.** 2020. Disponível em: <<https://exame.com/colunistas/florian-bartunek/ambiental-social-e-governanca-asg-voce-ja-esta-atrasado/>>. Acesso em: 19 de julho de 2023.

CARNEIRO, Murilo, SILVA JÚNIOR, Celso Correia. **Responsabilidade social em organizações de pequeno porte: uma pesquisa exploratória com OSCIPs de microcrédito.** Ribeirão Preto: Anais do VII Simpósio de Produção Científica do Centro Universitário Moura Lacerda, 2006.

CEATS. **Sobre o CEATS.** 2023. Disponível em: <<http://ceats.org.br/sobreceats/Paginas/default.aspx>>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

CERTO, Samuel C.; PETER, J. Paul. **Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia.** São Paulo: Makron Books, 1993.

ETHOS. **Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas: passo a passo.** 2003. Disponível em: <<https://www3.ethos.org.br/wp->

content/uploads/2012/12/7Responsabilidade-Social-Empresarial-para-Micro-e-Pequeenas-
Empresas_Passo-a-Passo-2003.pdf>. Acesso em: 15 de julho de 2023.

ETHOS. **O Instituto**. 2023. Disponível em: <<https://www.ethos.org.br/conteudo/sobre-o-instituto/>>. Acesso em: 15 de julho de 2023.

FÁVIO, André Cabette. **O que é ESG e como avaliar as práticas de uma empresa na bolsa de valores**. 2021. Disponível em: <<https://flebrasil.org.br/infomoney-o-que-e-esg-e-como-avaliar-as-praticas-de-uma-empresa-na-bolsa-de-valores/>>. Acesso em: 19 de julho de 2023.

G1. Responsabilidade social: Pesquisa aponta que 87% dos brasileiros preferem empresas com práticas sustentáveis. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/especial-publicitario/top-sun/top-sun-energia-solar/noticia/2021/03/02/responsabilidade-social-pesquisa-aponta-que-87percent-dos-brasileiros-preferem-empresas-com-praticas-sustentaveis.ghtml>>. Acesso em: 18 de julho de 2023.

GALINDO, Cristina. **Quando as empresas são mais poderosas que os países**. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/11/03/economia/1509714366_037336.html>. Acesso em: 15 de julho de 2023.

GIFE. **Quem somos**. 2023. Disponível em: <<https://gife.org.br/quem-somos-gife/>>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

IBASE. **Nossa história**. 2023. Disponível em: <<https://ibase.br/quem-somos-2/>>. Acesso em: 17 de julho de 2023.

INMETRO. **ISO 26000**. 2010. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp>. Acesso em: 19 de julho de 2023.

QUINTEROS, Cora Catalina Gaete. **Gestão da sustentabilidade e responsabilidade social**. São Paulo: Contentus, 2020.

MARASSEA, Daniela Carnio Costa, PIMENTEL, Rosalinda Chedian. **Vida das Empresas: gestão com qualidade e qualidade de gestão**. Ribeirão Preto: Regis Summa Ltda, 2004.

MARINHO, Ana Paulo Correa. **Environmental, social and governance (ESG): ambiental, social e governança (ASG)**. 2022. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/98742/environmental-social-and-governance-ambiental-social-e-governanca-asg>>. Acesso em: 19 de julho de 2023.

PONCHIROLI, Osmar. **Ética e Responsabilidade Social Empresarial**. Curitiba: Juruá, 2007.

REVISTA GALILEU. **Mais de 99,9% dos estudos concordam que humanos causam mudanças climáticas.** 2021. Disponível em: <<https://revistagalileu.globo.com/Um-So-Planeta/noticia/2021/10/mais-de-999-dos-estudos-concordam-que-humanos-causam-mudancas-climaticas.html>>. Acesso em: 19 de julho de 2023.

RODRIGUES, Maria Cecília Prates. **Crítérios ESG: mais um modismo?** 2020. Disponível em: <<https://estrategiasocial.com.br/criterios-asg-mais-um-modismo/>>. Acesso em: 19 de julho de 2023.

SGS SUSTENTABILIDADE. **O que é GRI? Entenda tudo sobre este relatório.** 2021. Disponível em: <<https://sgssustentabilidade.com.br/2021/11/22/o-que-e-gri-entenda-tudo-sobre-este-relatorio/>>. Acesso em: 19 de julho de 2023.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. **Responsabilidade Social Empresarial.** 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.