

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

**A DIFUSÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL:
ENFOQUE NO CERTIFICADO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL
DE MATO GROSSO**

Salli Baggenstoss

**SÃO CARLOS
2009**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

**A DIFUSÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL:
ENFOQUE NO CERTIFICADO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL
DE MATO GROSSO**

Salli Baggenstoss

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos, como parte dos requisitos para a obtenção do Título de Mestre em Engenharia de Produção.
Orientador: Dr. Júlio César Donadone

**SÃO CARLOS
2009**

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária da UFSCar**

B144dr

Baggenstoss, Salli.

A difusão da responsabilidade social : enfoque no certificado de responsabilidade social de Mato Grosso / Salli Baggenstoss. -- São Carlos : UFSCar, 2009.
96 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2009.

1. Responsabilidade social. 2. Organização. 3. Certificado. 4. Difusão. I. Título.

CDD: 658.001 (20^a)

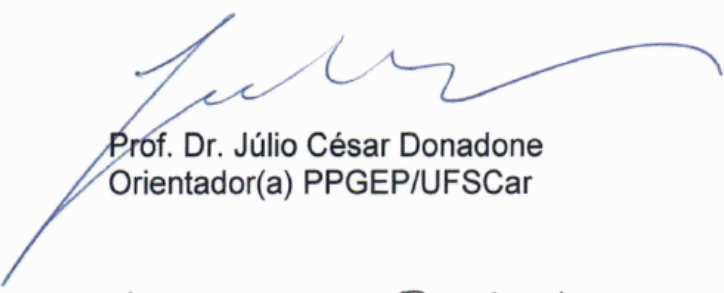


PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
Rod. Washington Luís, Km. 235 - CEP. 13565-905 - São Carlos - SP - Brasil
Fone/Fax: (016) 3351-8236 / 3351-8237 / 3351-8238 (ramal: 232)
Email : ppgep@dep.ufscar.br


FOLHA DE APROVAÇÃO

Aluno(a): Salli Baggenstoss

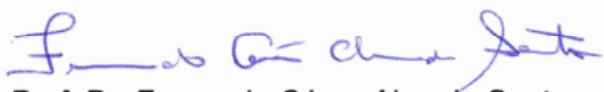
DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DEFENDIDA E APROVADA EM 02/09/2009 PELA
COMISSÃO JULGADORA:



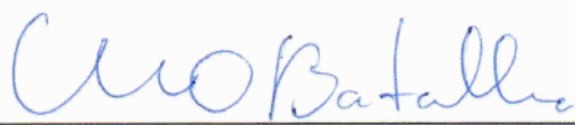
Prof. Dr. Júlio César Donadone
Orientador(a) PPGE/UFSCar



Profª Drª Alessandra Rachid
PPGE/UFSCar



Prof. Dr. Fernando César Almada Santos
EESC/USP



Prof. Dr. Mário Otávio Batalha
Coordenador do PPGE

Dedico este trabalho a meus pais, pela educação de base
que me permitiu chegar até aqui,
aos meus irmãos
a todos os amigos!

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao professor e orientador Júlio Cesar Donadone, que sabiamente soube conduzir o trabalho de orientação, permitindo aprendizado condizente a essa etapa de formação.

Agradeço ao professor Gilmar Laforga pelo importante papel desempenhado na realização do Minter. Sua atuação no projeto prova como as pessoas realmente fazem a diferença.

Agradeço à UNEMAT, através dos profissionais que nela atuam, por fornecer subsídios para ampliar meu conhecimento.

Aos professores de Engenharia de Produção da UFSCar que acreditaram no Minter. Em especial ao professor Hildo Meirelles, que não mediu esforços para sua realização.

Agradeço à FAPEMAT pelo apoio financeiro, tornando economicamente viável a realização dos Minter, assim como na concessão de bolsa de apoio aos mestrandos.

As minhas amigas, quem muito admiro e considero: Adelize, Camyla e Ana Maria pela companhia, apoio e incentivo em todos os momentos dessa caminhada. É muito bom ter pessoas com quem se pode contar em todos os momentos. Grata pelo carinho e amizade.

Agradeço a meus pais e meus irmãos, pela paciência, pela segurança, pelo apoio e pelo otimismo transmitido em todos os momentos.

Aos bons e sempre presentes amigos Darci e Alceu, pelo companheirismo e os conselhos que tornaram a caminhada ainda mais proveitosa.

Agradeço a Deus, por iluminar, amparar e guiar minha vida, a força suprema!

RESUMO

No universo organizacional, as ações desenvolvidas demonstram-se cada vez mais planejadas, porque os reflexos podem repercutir tanto no ambiente interno como na sociedade e no meio ambiente. Também é evidente a propagação da responsabilidade social nas organizações, independente do escopo envolvido. A institucionalização do movimento de responsabilidade social ocorre advinda de entidades que proporcionam ferramentas capazes de evidenciar ações socialmente responsáveis e seus respectivos praticantes. Contudo, diversos estudos indicam que o conceito deste tema demonstra-se divergente em vários aspectos, indicando um processo em formação. Nestas perspectivas, esta pesquisa se propõe a estudar a difusão da responsabilidade social através do Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso. Para identificar quais os principais elementos compreendidos pelo discurso manifestado no Certificado, esta pesquisa amparou-se no estudo da Lei 7.687, na Comissão Mista instituída por ela, no diagnóstico das organizações participantes, nas análises dos balanços sociais exigidos delas, nas apresentações em seminários, em entrevistas e pesquisa documental. Os principais resultados obtidos demonstram que o Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso tem uma abordagem estratégica e que está sustentado pela ferramenta balanço social. Os *stakeholders* priorizados são os funcionários, a comunidade e o meio ambiente. Não há conceituação apresentada pela Comissão Mista ao tema envolvido, apenas delimitações. Por isso, utiliza-se do discurso das organizações participantes para a difusão do tema. Finalmente, para receber o Certificado, a organização necessita entregar o balanço social e a declaração. Assim, a instituição é considerada socialmente responsável.

Palavras chave: Responsabilidade social; organização; certificado; difusão.

ABSTRACT

In the organizational world, the developments of the actions demonstrate to be increasingly planned, because the reflections can pass both in the internal environment, in society and the environment. It is also evident the spread of social responsibility in organizations, regardless of scope involved. The institutionalization of the social responsibility movement is arising out of entities that provide tools to demonstrate socially responsible actions and their practitioners. However, several studies indicate that the concept of this theme shows divergence in several respects, indicating a process still in elaboration. In these perspectives, this research aims to study the diffusion of social responsibility through the Certificate of Social Responsibility of Mato Grosso. To identify the main components comprised by the speech shown in the certificate, this research is bolstered in the study of Law 7687, in the Committee set up by it, the diagnosis of the participants, in the analysis of social reports required, in presentations at seminars and in interviews and documentary research. The main results show that the Certificate of Social Responsibility of Mato Grosso has a strategic approach and that is supported by the social report tool. As the stakeholders are prioritized employees, the community and the environment. There is no concept laid out by the Joint Commission, to issue involving just limitations. Therefore, it uses the discourse of the participating organizations for the dissemination of the theme. Finally, to receive the certificate, the organization needs to deliver the social report and the declaration. Thus, the institution is considered socially responsible.

Keywords: Social responsibility; organization certificate; dissemination.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 2.1 As dimensões da responsabilidade social corporativa.....	20
Quadro 2.1 Tendências históricas de ética e responsabilidade social corporativa.	30
Quadro 3.1 - Disseminadores de responsabilidade social.....	37
Quadro 3.2 Usuários do balanço social.....	45
Quadro 3.3 Indicadores Ethos de Responsabilidade Social.....	47
Tabela 3.1 Evolução dos indicadores sociais.....	48
Tabela 3.2 Rendimentos	51
Tabela 4.1 Propagação da responsabilidade social.....	55
Quadro 4.1 Componentes da Comissão Mista.....	57
Quadro 4.2 Calendário da Comissão Mista/ 2009	58
Quadro 4.3 Confrontação de modelos de balanço social - versão 2008.....	60
Tabela 4.2 Organizações participantes e premiadas pelo certificado por ano.	63
Figura 4.1 Organograma do Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso.....	67
Tabela 5.1 Demonstrativo das organizações e seus principais indicadores em 2008.....	72
Figura 5.1. Distribuição dos investimentos.....	73
Gráfico 5.1 Valorização dos <i>stakeholders</i>	75
Gráfico 5.2 - Investimentos do ambiente interno.	76
Tabela 5.2 Classificação dos benefícios	78
Figura 5.2 Componentes principais da responsabilidade social.	87

LISTA DE SIGLAS, SÍMBOLOS E ABREVIATURAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ADCE	Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas
AMCHAM	Câmara Americana de Comércio
BOVESPA	Bolsa de Valores de São Paulo
CEMAT	Centrais Elétricas Mato-grossenses
CFC	Conselho Federal de Contabilidade
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CRA	Conselho Regional de Administração
CRC	Conselho Regional de Contabilidade
DSJI	<i>Dow Jones Sustainability Indexes</i>
DVA	Distribuição de Valor Adicionado
FAMATO	Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Mato Grosso
FAO	Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação
FECOMERCIO	Federação do Comércio
FIDES	Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social
FIEMT	Federação das Indústrias no Estado de Mato Grosso
FIES	Fundo Itaú Excelência Social
GIFE	Grupo de Institutos, Fundações e Empresas
GRI	<i>Global Reporting Initiative</i>
IBASE	Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
IBGC	Instituto Brasileiro de Governança Corporativa
IBrX	Índice Brasil
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICE	Instituto de Cidadania Empresarial
ISE	Índice de Sustentabilidade Empresarial
ISO	<i>International Organization for Standardization</i>
NBC	Norma Brasileira Contábil
NBR	Norma Brasileira
NR	Norma Regulamentadora
OCDE	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OCIP	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
OIT	Organização Internacional do Trabalho
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PAT	Programa de Alimentação do Trabalhador
PCMSO	Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional
PNEB	Pensamento Nacional das Bases Empresariais
SA	<i>Social Accountability</i>
SAI	<i>Social Accountability International</i>
SECITEC	Secretaria de Estado de Ciências e Tecnologia
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SESC	Serviço Social do Comércio
SESI	Serviço Social da Indústria
SINCON	Sindicato dos Contabilistas
UNIAPAC	<i>International Christian Union of Business Executive</i>
UNIC	Universidade de Cuiabá
UNIMED	União dos Médicos
UNRISD	Instituto de Pesquisas das Nações Unidas para o Desenvolvimento Social
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 UM MOVIMENTO DENOMINADO RESPONSABILIDADE SOCIAL	15
2.1 Gênese da responsabilidade social.....	15
2.2 Fatores intrínsecos à responsabilidade social nas empresas	24
2.2.1 Ética e a normatização	24
2.2.2 Sustentabilidade	26
2.2.3 Os <i>stakeholders</i> e um enfoque nos funcionários	29
3 INSTITUCIONALIZAÇÃO DO MOVIMENTO RESPONSABILIDADE SOCIAL ..	34
3.1 Representantes da responsabilidade social e suas concepções	34
3.2 Balanço social	37
3.2.1 Aporte histórico	40
3.2.2 Metodologia do balanço social	42
3.2.3 Destinatários	44
3.3 Indicadores Ethos de Responsabilidade Social.....	45
3.4 O reconhecimento da responsabilidade social pelo mercado financeiro	49
3.5 Atestados de responsabilidade social.....	51
4 A RESPONSABILIDADE SOCIAL EM LEI.....	53
4.1 Lei 7.687/2002: Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso	55
4.1.1 Comissão Mista.....	56
4.1.2 O procedimento para certificar	57
4.1.3 O Troféu Responsabilidade Social - Destaque MT	64
5 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	67
5.1 Elementos iniciais: a declaração e o balanço social.....	68
5.2 Identificação do perfil das organizações participantes	71
5.2.1 Os <i>stakeholders</i>	74
5.2.2 Ambiente interno	76
5.3 A representatividade das organizações	79

5.4 Casos exemplos da responsabilidade social em Mato Grosso	81
6 CONCLUSÕES.....	88
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	92

1 INTRODUÇÃO

A promoção de um evento, independente de qual seja, por uma Assembléia Legislativa é fonte de grande repercussão. Os “olhos” da sociedade se voltam a ele, no anseio de identificar fatores que possam justificá-lo, valorizá-lo ou mesmo criticá-lo, pois há mais do que um simples acontecimento envolvido.

O objeto da pesquisa ao qual se propõe estudar esta dissertação é um evento promovido pela Assembléia Legislativa de Mato Grosso, intitulado Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso. Este tipo de premiação não é único no país, porém, conforme esclarece o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), ações dessa natureza (certificados) são limitadas.

A limitação não abrange a responsabilidade social, tema que tem discussões amplas nas mais diversas esferas, seja acadêmicas, governamentais ou empresariais. Para confirmar, basta fazer uma pesquisa em endereços eletrônicos de busca ou mesmo assistindo a propagandas vinculadas na mídia, que inserem o tema continuamente. A própria Assembléia Legislativa de Mato Grosso é um exemplo da disseminação do tema, pois se intitula a “Casa Cidadã”.

Cidadania é um dos assuntos que compõe as discussões sobre responsabilidade social. Classificada como um adjetivo, a cidadania é o indivíduo no gozo dos direitos civis e políticos de um estado, ou no desempenho de seus deveres para com este (FERREIRA, 2004). Não por acaso, foi justamente a ausência desses direitos que contribuíram para o surgimento da responsabilidade social (ASHLEY, 2005).

Direitos dos cidadãos também podem ter tido papel preponderante na criação do Certificado de Responsabilidade Social. Por diversos anos, Mato Grosso integrou listas que denunciavam trabalho escravo, normalmente elaborado pela Organização Internacional do Trabalho (OIT).

O trabalho escravo tornou-se um dos empecilhos para o desenvolvimento econômico social do estado, assim como o fator “meio-ambiente”, fonte de reportagens que denunciavam a devastação da floresta em nome do desenvolvimento agropecuário. Da Assembléia Legislativa, na concepção de casa representante dos cidadãos, não pode se esperar imparcialidade em relação a tais fatos.

A responsabilidade social, que para o Instituto Ethos (2009) é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com

os quais se relaciona, inserindo também ações que promovam o desenvolvimento sustentável, poderia ser uma forma de gestão propícia para alteração do cenário descrito. Portanto, incentivá-la seria uma ação louvável para uma casa que representa os anseios do povo.

Nesse contexto, adentra outro fator. Quais ações as empresas socialmente responsáveis realizam, contribuindo para uma nova concepção do estado de Mato Grosso? Ou seja, quais ações indicam que a empresa é socialmente responsável? Todos os questionamentos nos remetem ao conceito de responsabilidade social.

Na busca de respostas para estas questões, optou-se por realizar um estudo sobre o Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso. No início da pesquisa, em 2008, encontrava-se em sua terceira edição. A participação da pesquisadora no III Seminário de Responsabilidade Social foi o primeiro passo para interação do assunto. Na participação do IV Seminário de Responsabilidade Social (2009), foram realizadas as entrevistas com os integrantes da Comissão Mista Fátima Dragoni e Sérgio Ricardo Inoui.

A Assembléia Legislativa abre suas portas para a realização dos seminários. São realizadas propaganda na mídia televisiva em todo o estado convidando a população para participar. Além disso, são enviados convites às organizações constantes nos banco de dados das entidades que compõem a Comissão Mista. O evento tem a programação que perdura o dia todo. É apresentado o edital, há falas de políticos e as apresentações de casos exemplos de atuações socialmente responsáveis. Após cada apresentação, é aberto ao público um espaço para discussão.

Nos seminários, ocorre a apresentação do edital contendo os requisitos para as organizações interessadas em participar da premiação, ressaltando a imprescindível necessidade da entrega do balanço social como requisito básico do Certificado. Ainda no mesmo evento, organizações realizam apresentações destacando suas ações de responsabilidade social. As ações mencionadas demonstraram ser diversas, porém são elas que autenticam a responsabilidade social, motivo de premiação. A reflexão levou a formulação do problema ao qual a dissertação se propõe estudar: Quais os componentes principais da responsabilidade social na visão do Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso estabelecido pela Lei 7.687?

Um certificado entregue por uma instituição como a Assembléia Legislativa certamente é motivo de destaque para o recebedor perante a sociedade, além de considerar as ações que o proporcionaram. É fato que, assim como Rio Grande do Sul (primeiro estado brasileiro a criar uma Lei de Responsabilidade Social), Mato Grosso (como segundo a instituir a lei) passa também a ser modelo, fonte de informações para outros interessados.

Determina-se como objetivo geral: compreender o processo de legitimação da responsabilidade social no estado, esta pesquisa se propõe a estudar a difusão através do Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso.

Para tal, e com vistas no problema apresentado, alguns pontos específicos devem ser elucidados, compondo então os objetivos específicos:

- Investigar o Certificado de Responsabilidade Social e seus componentes, como a Lei 7.687 e a Comissão Mista;
- Identificar o discurso de responsabilidade social divulgado pelo certificado;
- Interpretar as concepções de responsabilidade social reveladas pelas organizações participantes;
- Avaliar como ocorre o processo de difusão da responsabilidade social em Mato Grosso através da premiação;
- Formular a composição dos principais elementos atribuídos à responsabilidade social no entendimento do Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso.

Para participar do certificado, é exigida dos interessados a apresentação do balanço social. O documento torna-se a representação das ações de responsabilidade social das organizações participantes. Portanto, como as ações são “transportadas” para tal documento, ele torna-se componente fundamental aos estudos da pesquisa.

Porém, o acesso a tais documentos não era possível por não serem disponibilizados pelos promotores do evento ao público. Ashley (2005) relata a elaboração de relatórios com as informações das ações sociais promovidas por empresas e disponibilizadas à sociedade já ocorriam a mais de cinco décadas. O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE/2008) aconselha que o documento seja disponibilizado de diversas maneiras, sendo através de cópias para seus funcionários ou apresentados em jornais impressos, sites, etc.

Considerando tais informações e por elas sustentado, acessar os balanços sociais das organizações participantes do Certificado requisitou ainda diversas solicitações via email, telefone e visitas na Assembléia Legislativa, no departamento responsável pelos trâmites do Certificado. Tal procedimento só foi autorizado após reunião da Comissão Mista (responsável pelo edital e aprovação dos participantes). Assim, foram obtidas cópias dos documentos recebidos nas duas primeiras versões (2006 e 2007). A terceira versão (2008) foi disponibilizada no endereço eletrônico mantido para o Certificado.

Em se tratando de responsabilidade social, ainda há muita imprecisão. Estudiosos afirmam que não há unanimidade sobre o conceito (JOBIM 2005, VENTURA

2005). Alcançado o objetivo de diagnosticar o discurso de responsabilidade social apresentado pela premiação, a pretensão deste estudo está na contribuição que possibilite maior conhecimento sobre a responsabilidade social e sobre o Certificado, através do processo de legitimação e difusão por ele desempenhado.

A Assembléia Legislativa, ao propor um Certificado de Responsabilidade Social, assume responsabilidades que pressupõe aspectos como conhecimento sobre o tema e toda anuência ao declarar determinadas organizações como socialmente responsáveis.

A elaboração da dissertação, além das considerações anteriormente mencionadas sobre a utilização destacada do balanço social e pesquisas em sites das organizações participantes, também se respaldou em entrevistas com componentes da Comissão Mista. Além disso, foram importantes fontes de informações a participação nos seminários promovidos para divulgação do Certificado. Nos seminários, apresentações de ações de responsabilidade social feitas por diversas organizações também colaboraram neste trabalho. Elas proporcionaram os estudos de casos apresentados no quinto capítulo.

Este primeiro capítulo, que faz a apresentação do estudo, o problema envolvido, objetivos, importância, entre outros inerentes a introdução.

O segundo capítulo traz a revisão bibliográfica para sustentação da pesquisa no tocante à responsabilidade social. São relacionados temas como origem e concepções, além de relacionar alguns fatores intrínsecos considerados relevantes, como a ética e a sustentabilidade.

O terceiro capítulo visa analisar a institucionalização do tema, que busca se legitimar através de ferramentas como o balanço social, indicadores e outros atestados promovidos para tal.

Com base nos resultados do estudo no capítulo anterior, o quarto capítulo descreve como sucedeu o processo que transformou a responsabilidade social em lei no Brasil. Neste capítulo, insere-se a Lei 7.687 e todo procedimento que envolve o Certificado de Responsabilidade Social em Mato Grosso. Menciona-se ainda sobre o Troféu de Responsabilidade Social e identifica o motivo pelo qual, apesar de constar na Lei, ainda não ser instituído.

O quinto capítulo faz o diagnóstico das organizações que participaram da premiação estudada e trata da interpretação dos dados obtidos, além da análise dos casos que representam a responsabilidade social na concepção da Comissão Mista. Finalmente, as considerações finais e as referências.

2 UM MOVIMENTO DENOMINADO RESPONSABILIDADE SOCIAL

As abordagens que relacionam as empresas com o ambiente em que se encontram inseridas ganham destaque na literatura organizacional na última década. A constatação é de uma nova concepção do papel das corporações, resultado de movimentos sociais que, através do tempo, refletiram a pretensão de um mercado movido aos interesses de seus *stakeholders*.

A nova concepção surge devido à expansão das organizações da sociedade civil e dos movimentos sociais preocupados com os impactos sociais e ambientais das atividades das empresas que, na argumentação de Cappellin e Giuliani (2006), vem sustentada pelo processo de democratização vivida pela sociedade, além da difusão de certos valores e princípios éticos ligados a ela.

A possibilidade de se observar uma sociedade escorada por relações sociais menos assimétricas é reconhecida por Srour (2005). O autor as considera, portanto, mais liberais ou mais democráticas através de relações cooperativistas, autônomas, comunais, comunitárias e, sobretudo, capitalistas sociais (associativistas).

Sob tais análises, encontra-se uma das justificativas para o movimento denominado Responsabilidade Social Empresarial, a ser descrito a seguir.

2.1 Gênese da responsabilidade social

Uma retrospectiva histórica possibilita entender o surgimento desse movimento.

Ashley (2005) descreve o início do século XX, através do episódio *Dodge versus Ford*, reconhecendo-o como um marco sobre adoção de ações socialmente responsáveis por parte das organizações. Ashley (2005) narra que Henry Ford desejou reverter parte dos lucros para investimentos na fábrica sob seu comando e aos próprios funcionários, alegando objetivos sociais. Assim, deixaria de distribuir parte dos dividendos esperados pelos acionistas, especialmente John e Horace Dodge. O caso foi parar na justiça, mas o entendimento da Suprema Corte de Michigan, em 1919, foi de que o objetivo da corporação era beneficiar os acionistas. Portanto, a justiça não permitiu os investimentos em favor dos funcionários e em melhorias na fábrica.

Fatores como a crise econômica de 1929 e a Segunda Guerra Mundial contribuíram para questionar as ações das corporações, então limitadas aos interesses de seus acionistas. Essa cobrança se multiplicava em toda Europa e América, no Brasil foi menos intensa e mais tardia.

Guerra, degradação do meio ambiente, crises econômicas, entre outros, levaram a sociedade a boicotar as organizações que, de alguma forma, estivessem relacionadas a eles, especialmente nos Estados Unidos. Sob pressão, as corporações entenderam que deveriam rever seus conceitos sobre o relacionamento com os diversos públicos com os quais interagem direta ou indiretamente.

Na descrição de Ashley (2005), a pressão da sociedade repercutiu nos tribunais. Um exemplo foi o caso da *A. P. Smith Manufacturing Company* em 1953. A Suprema Corte de Nova Jersey, Estados Unidos, foi então favorável à intenção de seus diretores para doação de recursos a uma universidade. A atuação contrariou os interesses de um grupo de acionistas. A justiça entendeu e aceitou que a corporação poderia atuar além dos benefícios de seus acionistas.

Esse foi o marco legal determinando que as organizações pudessem visar o desenvolvimento social, estabelecendo em lei a filantropia corporativa (ASHLEY, 2005).

Os passos iniciais foram esses, também motivados pela expansão de grandes corporações internacionais e outras que desejavam ampliar seus mercados em escala global. Assim, acolheram as cobranças da sociedade visando o desenvolvimento social, então se tornando legitimado pelo Estado. É lícito justificar que a ausência de atuação do Estado contribuiu para sua expansão.

Às vezes apenas por exigência da sociedade e outras por imposição do Estado, muitas empresas iniciaram ações sociais. Contudo, só a realização não era suficiente. Assim, divulgaram-nas através de relatórios, que estrearam os chamados balanços sociais (ASHLEY, 2005). Os documentos serão abordados no terceiro capítulo.

Através das manifestações, ainda de acordo com Ashley (2005), propiciou-se a discussão no meio empresarial e acadêmico da importância da responsabilidade social pela ação de seus dirigentes e administradores. Inicialmente nos Estados Unidos, no final da década de 60 na Europa e, a partir daí, para o mundo. E com a expansão, o tema veio repercutir no Brasil, em meados da década de 70.

Nos estudos realizados por Cappellin e Giuliani (2006) para o Instituto de Pesquisas das Nações Unidas para o Desenvolvimento Social (UNRISD), o primeiro grupo a incentivar a disseminação da responsabilidade social no Brasil foi a ADCE - Associação dos

Dirigentes Cristãos de Empresas, entidade filiada à *International Christian Union of Business Executives* (UNIAPAC), com a publicação da Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas em 1965 e, posteriormente em 1974, o Decálogo do Empresário.

Encampando a idéia, em 1986 constituiu-se a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), com a política de “humanizar a empresa e promover sua relação com a sociedade”. Na seqüência, com base nas afirmações de Cappellin e Giuliani (2006), a Câmara Americana de Comércio de São Paulo (Amcham - São Paulo), sensibilizada pela enorme desigualdade social no Brasil, patrocinou ações sociais realizadas pelo setor privado nas comunidades locais.

Apareceram outras organizações e, atualmente, promovem eventos, instituem premiações, publicam, ou seja, através de inúmeras formas, promovem a divulgação da responsabilidade social.

Dentre elas estão o Pensamento Nacional das Bases Empresarias (PNEB¹) formado em 1987, propagador dos conceitos de democracia e cidadania, a primeira entidade a mobilizar o empresariado nacional, concentrando sua campanha em três pontos: a defesa de um pacto social nacional, o desenvolvimento nacional e o controle da inflação (CAPPELLIN e GIULIANI, 2006).

Com o surgimento de várias instituições, teve a criação do Grupo de Instituições, Fundações e Empresas (GIFE), efetivamente constituído em 1995, na época contando com 25 organizações participantes. A entidade defende a responsabilidade e a reciprocidade das empresas perante a sociedade, bem como a adoção de elevados padrões éticos de conduta comercial.

Somando-se, ainda, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) e o Instituto Ethos, entre diversas outras. Essas duas serão melhores apresentadas no capítulo seguinte, que trata da institucionalização do movimento.

Com as referências sobre atores e instituições por sugerir a responsabilidade social corporativa, Cappellin e Giffoni (2007) argumentam que o cenário não foi prefixado, ou seja, determinado anteriormente. Expandiu-se e articulou-se com a agenda nacional, de acordo com a capacidade de mobilização de grupos e setores organizados, de sua vitalidade em proporcionar a formação de porta-vozes que interpretam as exigências dispersas na sociedade.

¹ Para maiores informações acesse o site da organização: < <http://www.pnbe.org.br>>.

Ao analisar o cenário envolvido pela difusão da responsabilidade social, reporta-se ao conceito de isomorfismo, descrito por DiMaggio e Powell (1983). Para os autores, funciona como um processo restritivo que força uma unidade em uma população a assemelhar-se a outras unidades que enfrentam o mesmo conjunto de condições ambientais, justificando assim sua homogeneização.

Ao explicitar o assunto, DiMaggio e Powell (1983) asseveram existir dois tipos de isomorfismo: competitivo e institucional. Primeiro, o competitivo, que justificaria a disputa no mercado por recursos e clientes. Porém, as organizações não se contentam apenas com isso, então entra o segundo, o institucional, porque “organizações competem não somente por recursos e clientes, mas por força política e legitimidade institucional, por conveniência social tanto quanto econômica” (DIMAGGIO e POWELL, 1983).

Para descrever a homogeneidade das organizações, DiMaggio e Powell (1983) expõe três mecanismos para ocorrência do isomorfismo institucional: isomorfismo coercitivo, isomorfismo mimético e isomorfismo normativo. O isomorfismo coercitivo ocorre da influência política e a legitimidade, exercida das pressões formais e informais de organizações sobre outras, mormente sobre sua cadeia produtiva. Pode ser também uma resposta a leis e normas impostas pelo governo. No caso do isomorfismo mimético, há uma “cópia” de atitudes justificadas pela redução de incertezas ambientais, geralmente provindas de compreensão limitadas de novas tecnologias. O último, normativo, é associado à profissionalização. Ou seja, as organizações modificam sua atuação para atender aos padrões normativos de caráter profissional.

Conhecidos os fatores iniciais que induziram e justificam o movimento de responsabilidade social no mundo e no Brasil, percorre-se para discussão em seus aspectos conceituais.

A ausência do Estado na geração de mecanismos de proteção social e a economia caminhando de forma a aumentar a desigualdade social conduziram empresas a repensar seu papel perante a sociedade. Como afirmam Cappellin e Giuliani (2006), a opinião pública se deu conta de que as políticas das empresas afetavam não só as condições de trabalho de seus trabalhadores, como também atingiam as dimensões mais gerais da vida social. Relatam ainda que tanto o consumo privado quanto as decisões de investimento passaram a ter uma relevância política e social, ademais de sua importância econômica.

Sob tal perspectiva, justifica as empresas aprimorarem sua atuação a fim de satisfazerem os anseios da sociedade. Para Soares (2004), tal atuação faz, porém, parecer que

a organização está atendendo aos apelos da sociedade e tomando conta dela. Esconderia, assim, o real sentido da mudança, que seria sua manipulação.

A partir da incorporação do novo papel das empresas perante a sociedade, as práticas de responsabilidade social tiveram início, ou teve início sua apresentação como tal.

Ações judiciais como do caso de Henry Ford e da *A. P. Smith Manufacturing Company*, relatados anteriormente como primeiros episódios que noticiaram o tema, tiveram repercussão na época de maneira controversa.

Em um artigo publicado, Friedman (1970) argumenta que o papel da empresa é servir aos acionistas e sua atuação deve seguir o que determina a lei. Contribuições e doações devem ser realizadas pelos indivíduos. Para o autor, a obrigação do gerente deveria ser de conduzir a produção, proporcionando a maximização dos lucros para os acionistas, de quem era agente. Como afirma Aslhey (2005), os argumentos de Friedman se baseiam nos conceitos de direitos da propriedade.

A percepção de que gerentes não precisam ter preocupações extras como as vinculadas à responsabilidade social também não é acolhido por Slack, Chambers e Johnston (2002), que destacam como desafios da produção questões como globalização, responsabilidade social, responsabilidade ambiental, entre outros. Para eles, o responsável pela organização não pode mais se considerar em um ambiente fechado e limitado.

Retomando as argumentações contrárias, também foram mencionadas por Sobreira (2002), citando autores como Leavitt, então embasadas na função institucional. Para ela, outras instituições como governo, igrejas, sindicatos e organizações sem fins lucrativos tem a função de exercer a responsabilidade social.

As ponderações favoráveis e negativas sobre o movimento repercutiam, sobretudo no universo acadêmico. Investigando sobre o tema, Carroll (1979) apresentou as primeiras dimensões consideradas na responsabilidade social, verificado na figura 2.1. De acordo com o autor, a extensão da responsabilidade inicia-se com a econômica, entendida como fundamental à empresa. Segue pela legal, representativo da vontade social e da ética, ponderando os valores e costumes sociais. Finalizando, a discricionária, que vai além da obrigação ética das decisões empresariais. Para o autor, há necessidade do lucro, que dará sustentação as outras áreas que a organização deve abranger.

Publicações ecoaram pela sociedade e seus reflexos, aos poucos, inseriram-se nas organizações. A concepção inicial de que as empresas deveriam ser responsáveis somente para com os acionistas foi alterando. Atualmente, a visão mais divulgada é a responsabilidade social ser direcionada para empregados e sociedade. Porém, a questão sustentabilidade está

inserindo-se nas exigências, tornando os *stakeholders*, atuais e futuros, englobados na atuação da organização, o que gera novos envolvidos. A explanação de Aslhey (2005) será abordada no item sobre os *stakeholders*.



Figura 2.1 As dimensões da responsabilidade social corporativa.
Fonte: Carroll (1979, p 499).

Atualmente, a visão mais divulgada é a responsabilidade social ser direcionada para empregados e sociedade. Porém, a questão sustentabilidade está inserindo-se nas exigências, tornando os *stakeholders*, atuais e futuros, englobados na atuação da organização, o que gera novos envolvidos. A explanação de Aslhey (2005) será abordada no item sobre os *stakeholders*.

A justificativa para as empresas reverem sua relação com a sociedade pode ser acompanhada através das três principais correntes teóricas, que Kreitlon (2004) apresenta como escolas de pensamento. São elas: a *Business Ethics*, matriz e precursora de todas elas, identificável por sua natureza normativa; a *Business & Society*, de orientação sociopolítica e contratual; e a *Social Issues Management*, abordagem de cunho instrumental, voltada para a gestão estratégica das questões éticas e sociais.

Kreitlon (2004) destaca que, conforme o nome sugere, na *Business Ethics*, através da abordagem normativa, a responsabilidade social da empresa decorre diretamente de sua responsabilidade moral, isto é: ela precisa agir de modo socialmente responsável porque, sendo isto o correto, é seu dever moral fazê-lo. Na abordagem contratual, característica da escola *Business & Society*, a empresa enquanto instituição social é criada para desempenhar determinadas funções junto à sociedade; sua legitimidade, ou “direito de existir outorgado por outrem”, depende do correto cumprimento dessas funções. A *Social Issues Management*, de abordagem estratégica, também pode ser chamada de utilitária ou instrumental, defende a idéia de que, a médio e longo prazo, o que é bom para a sociedade é bom para a empresa –

sugerindo, de maneira implícita e correlata, que aquilo que é bom para a empresa também o é para a sociedade.

Independente das justificativas teóricas sob o qual se apresenta, Kreiton (2004) considera que o discurso sobre responsabilidade social empresarial comporta uma forte dimensão ideológica, a qual possui conseqüências materiais importantes para todos os atores envolvidos, na medida em contribui para legitimar e manter a hegemonia do mercado sobre diversas questões de natureza pública e política.

As abordagens sobre responsabilidade social estão, de acordo com Ashley (2005), divididas em duas linhas: a instrumental e a ética. A linha instrumental, entendida como uma relação positiva entre o comportamento socialmente responsável e o desempenho econômico da empresa. É justificada por uma ação proativa, que busca oportunidades geradas pelo movimento. A linha ética, a mais estudada das duas, reporta-se a concepção ética, onde os princípios religiosos e as normas sociais prevalecem, considerando sempre a ação moralmente correta, independente de despesas que possa gerar.

Em relação ao Brasil, torna-se possível assinalar três momentos distintos através da história da responsabilidade social, de acordo com Sartore (2006): filantropia, estratégia empresarial e sustentabilidade.

A autora identifica inicialmente a abordagem filantrópica, que tem como ator principal a fundação da Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), em 1961 e termina na publicação do Decálogo do Empresariado, da própria instituição (em 1974). A atuação das empresas focava a ação social delas com fundamentos cristãos.

A segunda fase, descrita como de estratégia empresarial, advém da união de movimentos sociais incorporados a instituições assistencialistas, que resultaram em Organizações Não-Governamentais (ONGs). Como conseqüência surge parcerias resultantes da esfera pública e privada. No entendimento de Sartore (2006), a difusão do modelo da responsabilidade social empresarial como estratégia empresarial deve-se ao processo denominado isomorfismo institucional, sendo resultado da identificação dos atores sociais com novas tendências.

Por último, definida como abordagem da sustentabilidade por Sartore (2006), identifica o encontro da responsabilidade com a governança corporativa e a sua inserção no mercado financeiro. A união das duas, de acordo com a autora, tem por objetivo garantir a perenidade da empresa. A partir daí, insere-se no conceito de sustentabilidade, ou seja, o desenvolvimento sustentável através da utilização racional dos recursos de forma a garantir o futuro. Sobre o conceito de sustentabilidade, será explanado posteriormente.

Sartore (2006) descreve o início da abordagem de responsabilidade social como estratégia com a fundação do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) em 1981 e a abordagem de sustentabilidade após a criação do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), ocorrido em 1995.

Cappellin e Giuliani (2006) também identificam as fases da responsabilidade no Brasil. Para eles, a atuação das associações empresariais, através de uma posição crítica com relação à atitude tradicional do empresariado, procurou despertar a consciência social das empresas e estimular atividades filantrópicas.

Em seguida, empresas buscavam reestruturar-se para aumentar sua competitividade no mercado internacional perceberam que iniciativas de responsabilidade social podiam ser usadas para reduzir custos, aumentar as vantagens competitivas e administrar os riscos e a reputação. Destarte, transformaram as iniciativas em estratégias empresariais.

Contudo, ao relatar que as organizações estão se concentrando nas questões ambientais, Cappellin e Giuliani (2006) afirmam que é simplificar em excesso um processo que é bem complexo e envolve diferentes atores e dinâmicas. Para eles, esta seria a fase recente, movida pelo discurso de sustentabilidade, “um discurso ambíguo e até contraditório” (CAPPELLIN e GIULIANI, 2006).

Contradição também é o que Soares (2004) destaca no que denomina como “novo paradigma organizacional”. A autora, em seu ensaio teórico, anseia revelar algumas contradições entre o movimento de responsabilidade social e o sistema do capital, no qual estão inseridas as organizações. Por abranger a ética empresarial, a preservação dos recursos naturais e o respeito aos trabalhadores, faz uma reflexão sobre as relações que se estabelecem entre o capital e esses três elementos fundamentais das ações socialmente responsáveis, permitindo analisar as contradições inerentes ao próprio capitalismo.

Com análise sustentada em autores como Karl Marx e Christophe Dejours, Souza (2004) define três tipos de discursos assumidos pelas empresas. Primeiro, o discurso “explicitado”, onde a empresa não se restringe a sua função econômica, passando a orientar-se pela função ética da responsabilidade social corporativa. O segundo discurso, denominado como “pronunciado reservadamente”, revela que o direcionamento das organizações para uma nova postura em relação ao social se deve à competitividade típica do regime capitalista, que vem sendo reforçada recentemente pelo fenômeno da globalização. A atuação representa uma estratégia de marketing, pois garante um diferencial competitivo. No terceiro e último discurso, o “não-dito”, “é onde a empresa tem a intenção de se tornar a instituição das

instituições, traveste de uma determinada ética e, como um novo sagrado, passa a agir no sentido de suprir as deficiências das outras instituições; torna-se, então, a empresa cidadã, que conduz ações que favorecem a inscrição dos indivíduos no interior do corpo social” (SOUZA, 2004). Fabião (2003) considera um “discurso de verdade” o qual se apresenta a responsabilidade social, porque “na estrutura de um discurso que se pretende verdadeiro, está em jogo a dominação de algo, a conquista do controle das opiniões e vidas, o poder” (FABIÃO, 2003). Portanto, o discurso “não-dito” estaria inserido no “discurso de verdade”.

Em uma perspectiva oposta, porém partindo do mesmo ponto (ampliação da atuação da empresa) Duarte e Dias (1985) apresentam a essência da doutrina da Responsabilidade Social, baseada em três pressupostos básicos: primeiro, a ampliação do alcance da responsabilidade da empresa, que não mais se limita aos interesses dos acionistas; segundo, a mudança da natureza das responsabilidades que ultrapassam o âmbito legal e envolvem as obrigações morais ditadas pela ética; terceiro, a adequação às demandas sociais mais atuantes e exigentes. Demandas que vem se alterando com o tempo e que a sociedade tem requerido como transparência, responsabilidade com o meio ambiente e respeito com a legislação.

A origem da preocupação em atuar de maneira socialmente responsável pelas organizações deve ser considerada. Para Ashley e Chaves (2005), pode ser por mimetismo, para não ser excluída de um grupo ou associação, outras por buscar uma nova legitimidade perante a sociedade e o mercado. Desse modo, a organização deixa claro seu entendimento sobre o mote e em que dinâmica ele se aplica.

Se a motivação para atuar com responsabilidade social ainda é fonte para discussão, sugere-se que não há univocidade na construção do conceito sobre ela. De acordo com Ventura (2005), com as apreciações, percebe-se ser responsabilidade social um fenômeno que vêm sendo construído, proporcionalmente sendo alterado em significado e limites.

Acreditar que há um processo gerado pela imprecisão do conceito, observado sob o aspecto mimético ou outros, pode ser justificado pela polissemia, baseado nas diversas interpretações sobre responsabilidade social. A definição de Bourdieu (1989) aponta:

Polissemia é sentido parcialmente compartilhado para um determinado conceito, onde os entendimentos implícitos na sociedade em torno de sua definição fixam-se neste compartilhamento apenas parcial, que garante um mínimo de acordo e evita uma crise na relação entre os contendores, para depois evoluir como conflitos simbólicos, em que cada parte tenta registrar como correta a sua versão específica do entendimento (Citado por DONADONE e GRÜN, 2001).

As variações reforçam a conjectura em torno do tema, o que fazem reportar-se novamente a Bourdieu (2001). O autor sugere a criação de um “campo”, ou seja, o espaço em que ocorrem as relações simultâneas de cooperação e competição entre os atores sociais envolvidos. O “campo” estaria interligado pelo caráter polissêmico, promovendo sua difusão e consolidação da responsabilidade social.

As diversas interpretações dão indícios que há muito a ser construído, mas tem repercussão negativa em alguns aspectos. Jobim (2005) percebe na falta de consenso sobre o significado do termo responsabilidade social um paradoxo, pois muitas empresas e executivos abraçam o movimento sem saberem o que realmente significa.

Independente dos aspectos sobre univocidade, o simples fato de haver um movimento como esse propicia novas formas de atuação, indicando a ocorrência de pontos convergentes. Para Srour (2008), com a conversão das organizações à responsabilidade social, elas abandonam políticas isolacionistas, redefinem todas as suas práticas e se integram em um projeto socioambiental, desenvolvem parcerias com seus públicos de interesse e adotam estratégias eticamente orientadas.

A dinâmica do tema leva a divergências, que repercutem e criam possibilidades de maior envolvimento. Além disso, ou por isso, justificam a utilização de várias denominações, tais como: responsabilidade social empresarial, responsabilidade social corporativa, responsabilidade social nos negócios.

Contudo, alguns pontos que são considerados fundamentais por diversos autores e merecem um aprofundamento, portanto serão objetos de estudo na seqüência.

2.2 Fatores intrínsecos à responsabilidade social nas empresas

2.2.1 Ética e a normatização

Os fundamentos éticos orientam a responsabilidade social, formam sua sustentação. É o entendimento de autores como Alonso, Lópes e Castruci (2006), Costa (2007), Ashley e Chaves (2005), Quelhas, Alledi Filho e Meiriño (2007), entre outros.

Entender como a conduta humana interfere nas atividades práticas, dentre elas as organizações, é o objetivo do estudo da ética.

A cobrança de atitudes mais éticas por conta das empresas em relação a suas atitudes com funcionários e a sociedade, e do Estado, pelo não cumprimento de suas obrigações desencadeou uma manifestação latente por ações responsáveis exigidas principalmente através de movimentos sociais. Para Srour (2005), a nova atuação empresarial é respaldada pelas relações de poder, exercido pelos *stakeholders* que têm formas de retaliar e mobilizar-se contra as empresas que não respeitem a sociedade.

O entendimento de ética é bem diverso, muitas vezes usada com conotação moral e normalmente vinculada no sentido religioso.

Para Vázquez (2006), ética é a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade. Ela se ocupa de um objeto próprio, o setor da realidade humana chamada moral, constituído por um tipo peculiar de fatos ou atos humanos. O autor menciona como ponto de estudo a moral, que em seu entendimento compreende o conjunto de princípios, valores e prescrições que os homens, em uma dada comunidade, consideram válidos como os atos reais em que aqueles se concretizam ou encarnam.

A ética é uma saber científico enquadrado nas Ciências Sociais, como distingue Srour (2008, p. 7). Complementa como uma disciplina teórica, um sistema conceitual, um corpo de conhecimentos que torna inteligível os fatores morais. Esses dizem respeito ao bem ou ao mal, juízo sobre as condutas dos agentes, convenções históricas sobre o que é certo ou errado, justo ou injusto, legítimo ou ilegítimo, virtude ou vício, justificável ou injustificável. A análise da fusão de empresas pode ser considerada pelo prisma ético. A demissão de funcionários também o é, a existência de um “caixa dois” *idem*. Destarte, a ética é aplicada aos negócios.

Às empresas, por cobrança da sociedade, coube aceitar a incorporação da ética em suas ações. Muitas perceberam que a incorporação traz resultados positivos. Slack, Chambers e Johnston (2002) afirmam que as organizações que entenderem a importância da dimensão ética das decisões tendem a adotar uma abordagem proativa em suas atitudes éticas. É a concepção de que a ética pode ser utilizada como uma estratégia empresarial.

Ao mencionar sobre a construção do ambiente ético, é possível exemplificar com os elementos do projeto de trabalho apresentados por Slack, Chambers e Johnston (2002). Na tarefa alocada a cada pessoa no processo produtivo, na autonomia dada ao responsável pelo setor e nas condições ambientais que trabalhadores serão expostos cotidianamente ao realizarem suas tarefas. Os valores éticos estarão refletidos em todas as

áreas e, na concepção de Srour (2008), a construção de um ambiente ético resulta da ação permanente de uma cidadania ativa.

Costa (2007) defende que o exercício da responsabilidade social pressupõe um comportamento ético da empresa que pode ser identificado através de códigos de ética formalizados, transparências dos mecanismos e critérios de recursos humanos, dos contratos e das promessas feitas pela comunicação (implícita e explícita).

Para formalizar a concepção ética, as empresas utilizam-se dos códigos de ética, denominados também de códigos de conduta, códigos morais, entre outros nomes. Normalmente, são elaborados com o auxílio de representações de todos os setores, indicando quais os valores e normas que a organização prima. Também são mencionadas as sanções para o desrespeito a ele (ALONSO, LÓPES e CASTRUCI, 2006). Na visão dos autores, devido à fronteira tênue entre o ético e o jurídico, normalmente se repetem as normas legais na elaboração.

Grande parte dos códigos, de acordo com Sobreira (2002), expressa missão e valores da organização e definem condutas dos acionistas, consumidores, fornecedores, prestadores de serviços, empregados, comunidade e outros. Refletem o entendimento ético que deve ser seguido nas decisões empresariais.

A grande problemática, na visão de Srour (2008), é a confusão entre questões de ordens administrativas e questões de ordem moral. A problemática torna-se explícita ao tentar “moralizar” todas as questões, confundindo atos de gestão com fatos morais.

Aquém a essa preocupação, inúmeras empresas adotaram os códigos como forma de demonstrar seus interesses na questão ética, exigidos pela sociedade. Utilizam-se dos mesmos códigos exigidos pela sociedade. Assim, as empresas conseguem maior respaldo da sociedade, criando reputação, o que contribui para um desenvolvimento sustentado (SARTORE, 2006).

O desenvolvimento sustentável ou apenas sustentabilidade será o próximo tema a ser discorrido.

2.2.2 Sustentabilidade

Para melhores condições e qualidade de vida, considera-se essencial a utilização racional dos recursos, resguardando-os para utilização futura. A responsabilidade

social empresarial abrange três áreas principais, na concepção de Cappellin e Giuliani (2006): o bem-estar social, a preservação ambiental e o compromisso com a coletividade.

As organizações, ao reconhecerem a interdependência dos recursos, procuram agir respeitando o ambiente em que se encontram localizadas. No anseio de melhorar o relacionamento com seus *stakeholders*, comumente os que mais cobram o uso racional dos recursos, tomam atitudes éticas em relação a eles e com o meio ambiente.

Na discussão é importante destacar que a ética também envolve a sustentabilidade. A atuação da organização pode gerar imensos danos ao ambiente e aos que o cercam. Para Tachizawa e Andrade (2008) as organizações no novo contexto (sustentabilidade) necessitam partilhar do entendimento de que deve existir um objetivo comum, e não um conflito, entre desenvolvimento econômico e proteção ambiental, tanto para o momento presente como para as gerações futuras.

Por isso, é importante acrescer a idéia de desenvolvimento sustentável. De acordo com a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 1987, “é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro”.

Esse conceito atualmente é muito proclamado como repercussão de mais uma recente crise mundial, a “de alimentos”, divulgada por organismos como a *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO - agência da ONU para agricultura e alimentos). O entendimento é da necessidade das organizações se conscientizarem de suas ações e suas conseqüências frente ao meio em que estão inseridas e do qual retiram os recursos que utilizam.

As políticas que refletem o conceito de desenvolvimento apresentado pela Comissão, interpretadas por Barbieri (2004, p 119), devem:

Proporcionar a retomada do crescimento como condição necessária para erradicar a pobreza; mudar a qualidade do crescimento para torná-lo mais justo, equitativo e menos intensivo em matérias-primas e energia; atender as necessidades humanas essenciais de emprego, alimentação, energia, água e saneamento; manter um nível populacional sustentável; conservar e melhorar a base de recursos; reorientar a tecnologia e administrar os riscos; incluir o meio ambiente e a economia no processo decisório.

O desenvolvimento sustentável resultaria de um pacto duplo, um pacto “intergerencial” e “intraerencial”, ainda na concepção de Barbieri (2004). Ou seja, um pacto

responsável pelo gerenciamento e preservação dos recursos para as gerações futuras e outro responsável pelo atendimento das necessidades básicas de todos os seres humanos.

Em um processo simultâneo, o desenvolvimento sustentado engloba a eficiência econômica, a justiça social e a harmonia ambiental, afirma Maimon (1996). No ponto de vista do autor, além de um conceito, o desenvolvimento sustentado é um processo de mudança, em que a exploração de recursos, a orientação dos investimentos, os rumos do desenvolvimento ecológico e a mudança institucional devem levar em conta as necessidades das futuras gerações.

Para as empresas, o modelo de desenvolvimento baseado na sustentabilidade apresenta três dimensões, identificadas pela consultoria inglesa *Sustain Ability* como *Triple Bottom Line*. São elas: econômica, porque as empresas têm que ser economicamente viáveis; social, porque devem contemplar melhor qualidade de vida para seus funcionários; e ambiental, onde as organizações devem pautar pela eficiência ecológica de seus processos produtivos (DIAS, 2006).

A idéia de união entre responsabilidade social e sustentabilidade é sustentada por Cappellin e Giuliani (2006, p 26) como interessante para as empresas:

O sucesso de uma empresa depende de que ela aprenda a manter uma boa reputação ou imagem (para conservar seu mercado), de que cuide da transparência de suas ações e da confiança do público (para manter-se no mercado), e de que administre bem os fatores de sustentabilidade (para criar valor, ser “ecoefficiente” e socialmente responsável).

Os autores descrevem que o entendimento de sustentabilidade das empresas brasileiras é tido como peculiar: “o que deve ser sustentável é o desenvolvimento econômico das empresas – para tanto, o tratamento correto das questões ecológicas pode contribuir, seja para o aumento da produtividade, seja para melhorar a imagem pública da firma” (CAPPELLIN e GIULIANI, 2006 p.62). Para os autores, o comportamento ambiental das empresas é indireto e depende da atuação do Estado (governo e Congresso) através de legislação e normatização, por isso o consideram ainda frágil.

Apesar dessa consideração, é notável a utilização do termo “sustentabilidade”, especialmente por empresas que procuram demonstrarem-se atentas as mudanças que o movimento sugere. Pode ser, como no movimento de responsabilidade social, uma ação mimética por parte delas, motivadas pelo respaldo que o tema proporciona.

2.2.3 Os *stakeholders* e um enfoque nos funcionários

Ao mencionar responsabilidade social, a idéia é de ser responsável com algo ou alguém. No caso das organizações, estes são indicados como *stakeholders*, os grupos ao qual a responsabilidade social alcança. É um termo que se tornou conhecido devido à difusão do movimento, o que não indica necessariamente seu reconhecimento por todos.

A premissa é de que os *stakeholders* são todas as partes envolvidas direta ou indiretamente pelas atividades da empresa. É o que afirmam Quelhas, Alledi Filho e Meiriño (2007, p. 274):

Stakeholders (partes interessadas ou envolvidas): termo em inglês amplamente utilizado para designar as partes interessadas, ou seja, qualquer indivíduo ou grupo que possa afetar a empresa por meio de suas opiniões ou ações, ou ser por ela afetado. Há uma tendência cada vez maior em se considerar *stakeholder* quem se julgue como tal. Frequentemente utilizado num contexto de responsabilidade social, representa todas as partes envolvidas, todos os intervenientes na produção da empresa e todos aqueles sobre os quais ela tem de alguma forma uma repercussão.

Conforme citado na dinâmica conceitual, o entendimento primário era de que a empresa tinha compromisso apenas com seus donos ou acionistas, identificados como *shareholders* (ASHLEY, 2005), mas tem sido ampliado. Para Carrol e Buchholtz (2003), a variação do termo torna visível a necessidade das organizações de direcionar as pretensões e expectativas de seus *stakeholders*, como maneira de garantirem seu sucesso em longo prazo.

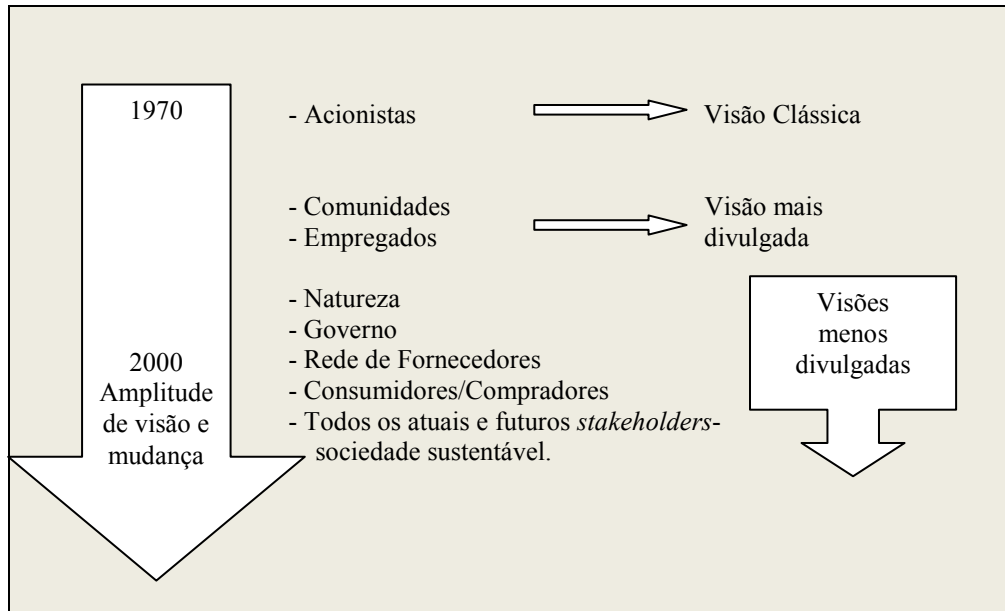
As evoluções das responsabilidades empresariam para quais públicos são apresentada por Ashley (2005), conforme quadro 2.1. Ela considera a visão mais divulgada a responsabilidade para com a comunidade e com os empregados.

No entendimento de que as organizações são organismos abertos capazes se interferir e sofrerem interferências do ambiente externo (muitas vezes pressionados pela sociedade e outros agentes), elas reconheceram a importância dos *stakeholders*.

A relevância de identificar quem são os envolvidos é ressaltada na descrição de Lettieri (2004), ao afirmar que conhecer os *stakeholders* é um passo essencial para assegurar a legitimidade da empresa com relação a eles.

A discussão sobre *stakeholders* foram realçadas a partir de 1984 com a publicação do livro “*Strategic management: a stakeholder approach*” por Freeman. Nele, a definição apresentada para o assunto era qualquer grupo ou indivíduo que afeta ou é afetado pelo alcance dos objetivos da empresa (FREEMAN, 1984). Definição contestada por Jensen

(2001), argumentando que em tais condições, por exemplo, terroristas poderiam considerar uma empresa de armamentos bélicos como parte de seu interesse, envolvidos por suas ações sociais. Contudo, a organização cabe a aquiescência dos que se julgam *stakeholders*.



Quadro 2.1 Tendências históricas de ética e responsabilidade social corporativa.

Fonte: Ashley, 2005 p. 47.

Contrapontos a parte, o fato é que, para alguns autores, foi considerada como teoria. Donaldson e Preston (1995) indicam três pontos da teoria dos *stakeholders* que se interligam. Inicialmente, o aspecto descritivo, responsável pela análise externa. Depois o instrumental, que seria um apoio para o descritivo através da realização de pesquisas empíricas que relacionassem práticas e desempenhos organizacionais. O normativo seria o núcleo da teoria.

Normalmente, as partes interessadas na organização são divididas em duas partes²: internos e externos. Considera internos os funcionários, acionistas, conselho, administrativos. Dentre os externos estão os clientes, os fornecedores, concorrentes, sociedade e governo.

Autores divergem nas classificações das partes envolvidas. Clarkson (1995) classifica em dois grupos: primário, cuja participação é contínua e sem a qual a empresa não sobrevive; e secundário, que são aqueles que influenciam ou afetam ou são influenciados ou sofrem ações da organização. Apesar disso, os secundários não são envolvidos em operações com a corporação e não são essenciais para a sua sobrevivência. No grupo primário, Clarkson (1995) considera acionista e investidores, empregados, clientes e fornecedores. A eles, inclui

² Concepção partilhada pelo IBASE e Instituto Ethos.

o que considera o grupo público: o governo e a comunidade, que fornecem infra-estrutura e constituem o mercado.

Para esta pesquisa, um dos grupos especificamente é motivo de especial atenção. São os funcionários, onde se busca elencar como parte receptora das práticas desenvolvidas através da responsabilidade social. Vamos relacionar alguns aspectos sobre o envolvimento deles.

O primeiro elemento é estudar a relação que envolve empregado e empresa. Daineze (2004) indica que o relacionamento dos empregados com a empresa envolve uma série de questões morais, com relações hierárquicas, políticas de privacidade, conflitos de interesses, atividades paralelas, informações confidenciais, entre outros.

O autor ressalta a importância de uma cultura organizacional forte, capaz de orientar os funcionários em suas atividades diárias e disseminar entre eles a visão, valores e princípios da organização, como formar criar uma relação intensa.

Tal importância não significa, necessariamente, sua efetivação. Alguns autores acreditam que as empresas não fazem jus a relevância da mão de obra empregada nas empresas. É o caso de Handy (2003), que em um artigo questiona a cultura de quem entra com capital ser o proprietário da empresa. Ele crê que tal cultura vem dos primórdios, onde o proprietário - financiador do capital- também era quem colaborava com a execução - mão de obra. Da época, também justificaria o conceito herdado de que a empresa deve ser um bem sujeito às leis de propriedade.

Ainda sob sua análise, hoje o valor de uma empresa reside, sobretudo na propriedade intelectual, em suas marcas e patentes e na habilidade de sua força de trabalho. Nessa concepção os trabalhadores são tratados como propriedade dos financiadores pela lei e, como confirma Handy (2003), são registrados pela contabilidade como custos nos balanços patrimoniais. Não por acaso, desejando minimizar custos, um dos primeiros passos é a realização de demissões. Sua indignação traz a afirmação: funcionários deveriam ser tratados como ativo, a serem prezados e cultivados.

Intercalando ética, responsabilidade social e trabalho, Soares (2004) assevera não haver o que se falar em nova postura ética perante o trabalhador enquanto perdurarem a compra de força de trabalho e a detenção dos meios de produção pelo capital. Para amparar seu discurso, faz uso das palavras de Marx (1985): “a natureza não produz de um lado possuidores de dinheiro e de mercadorias e, do outro, meros possuidores das próprias forças de trabalho”.

É uma discussão de longa data que coloca duas frentes: capital *versus* trabalho. Independente de acolher essas idéias apresentadas, autores são quase unânimes em afirmar a relevância da mão de obra junto às organizações.

Entretanto, a afinidade da responsabilidade social para com os funcionários é enfatizada por muitos autores. Sobreira (2002, p. 35) demonstra a seriedade da relação das empresas com seus *stakeholders* de forma bastante interessante:

A Responsabilidade Social da Empresa apresenta-se, em termos genéricos, dois significados: um primeiro significado, mais amplo, que inclui as relações da empresa com a sociedade, nas suas relações com os clientes, com os fornecedores, com as entidades públicas e com as comunidades locais, neste sentido a Responsabilidade Social consiste na utilidade da empresa para todos os *stakeholders*. Um segundo significado, mais restrito, focalizado sobre os trabalhadores da empresa, na área das condições de trabalho, na qualidade do emprego, nas remunerações, na saúde e higiene.

Jobim (2005) declara ser relevante fator de valorização dos funcionários, o que está na cultura organizacional. Assim, mais do que o poder de compra ou o padrão de vida que as formas de recompensa proporcionam, sua importância parece estar atrelada ao valor simbólico de quanto o indivíduo representa para aquela empresa.

Na visão de Ferreira (2005) o comprometimento de uma empresa deve ser fruto, em primeiro lugar, de seu comportamento ético, envolvendo funcionários e acionistas.

As argumentações trazem como pano de fundo a escola das relações humanas, no que envolve as funções sociais. Cury (2000) descreve sobre a teoria das relações humanas, onde a organização é vista como organização social, que enfoca a análise estrutural-funcional, o conceito de cultura e se interessa pela construção e validade de hipóteses empiricamente verificáveis sobre a conduta humana. A visão do homem passa de “econômico” para “social”.

O reconhecimento dos *stakeholders* também é expresso através dos balanços sociais e de indicadores de responsabilidade social onde são apresentados, especificados, quantificados e analisados, demonstrando a atuação das organizações em relação a eles.

Ao propor um modelo genérico para análise e orientação estratégica da responsabilidade social, Ashley (2002) redireciona as orientações por grupos de *stakeholders*. Ao mencionar as relações com empregados, apresenta com benefícios das práticas a atração e retenção de funcionários com qualidade, promoção de boa imagem no mercado de trabalho, além de alcançar mercados protegidos por barreiras não tarifárias. Com tal perspectiva, as práticas de responsabilidade social empresariais servem de motivação para ingressar e permanecer na organização, eximindo-a de altos índices de rotatividade.

A representação dos funcionários pode, e por diversas vezes ocorre, ser feita através dos sindicatos. A relação é incentivada por diversas entidades atuantes em promover responsabilidade social. Acompanhe a seguir alguns casos.

O Instituto Ethos menciona a relação com sindicatos através dos indicadores sociais. No item “público interno” considera que a empresa não deve se limitar a respeitar a legislação trabalhista e os padrões instituídos pela Organização Internacional do Trabalho (OIT). A empresa, na visão do instituto, deve atuar no estreitamento do relacionamento com os empregados, entre outras coisas. Para isso, sugere que fortalecer o diálogo e a participação. Nesse ponto, relaciona o sindicato:

A empresa socialmente responsável favorece a organização de seus empregados e busca o alinhamento de seus interesses aos dos trabalhadores. Além de estabelecer negociações com as entidades sindicais visando solucionar demandas coletivas, a empresa deve buscar consolidar a prática de interlocução transparente com essas entidades, em torno de objetivos compartilhados. (Instituto Ethos, 2008)

Nos modelos do documento, apresentado pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), encontra-se referência para o relacionamento sindicato e organização. No modelo 2008, no item que apresenta informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial, indaga sobre a liberdade sindical, o direito de negociação coletiva e a representação interna dos trabalhadores, oferecendo como opções para resposta: a) não se envolve; b) segue as normas da Organização Internacional do Trabalho (OIT); e c) incentiva e segue a OIT.

A Comissão Européia, através do Livro Verde (2001), em uma dimensão interna sobre responsabilidade social, afirma que os funcionários são os principais *stakeholders* das empresas. Na concepção da Comissão, o diálogo social com os representantes dos trabalhadores, que é o principal mecanismo de definição da relação entre uma empresa e seus trabalhadores, portanto, desempenha uma parte crucial na adoção mais generalizada de práticas socialmente responsáveis.

Com as reflexões, procurou-se demonstrar o papel dos *stakeholders* juntos as organizações levando-se em consideração a responsabilidade social, em especial os funcionários. Foi apresentada, de forma breve, a relação dos sindicatos, que também se configuram como *stakeholders* e são representantes legítimos dos funcionários, em uma perspectiva de reconhecimento pelas entidades representativas do tema.

3 INSTITUCIONALIZAÇÃO DO MOVIMENTO RESPONSABILIDADE SOCIAL

Após a apresentação história do movimento de responsabilidade social e fatores que estão intrinsecamente ligados ao seu gênese e algumas entidades que se destacam no campo, será demonstrado como a responsabilidade social tem se propagado e sua repercussão em diversos setores, além de apresentar algumas ferramentas que servem para mensurar as práticas desenvolvidas pelas empresas.

Assim, nesta fase serão mencionadas entidades como Organização para Cooperação do Desenvolvimento Econômico (OCDE). Esta entidade tem origem européia, atuação mundial e seus princípios nortearam outras entidades como o Instituto Ethos, de origem brasileira. Será especificada ainda a ação do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), além de indicadores, índices e pesquisas, que de acordo com sua atuação tem formado um grupo abrangente ligados pelo movimento de responsabilidade social.

3.1 Representantes da responsabilidade social e suas concepções

Através de organizações nas mais variadas áreas tem se propagado a responsabilidade social por todo mundo. Muitas têm como objetivo específico disseminar e orientar as ações das empresas em seu envolvimento com os *stakeholders*. Outras, porém, identificam como necessária a abordagem do assunto para alcançar seus objetivos. É o caso da OCDE - Organização para Cooperação do Desenvolvimento Econômico -, escolhida como representante internacional pelo grande número de países que a compõe e pela abrangência de suas diretrizes.

A Organização para Cooperação do Desenvolvimento Econômico - OCDE³ - foi criada inicialmente para receber a ajuda dos Estados Unidos e Canadá na reconstrução da Europa após a segunda guerra. São trinta países membros que tem como missão construir economias fortes nos países-membros, melhorar a eficiência e os sistemas de mercado, expandir o livre comércio e contribuir para o desenvolvimento nos países industrializados e

³ Informações obtidas no site do IBASE/Balço Social.

naqueles em vias de desenvolvimento. Para isso, criaram em 1976 as Diretrizes da OCDE, espécie de código de conduta que são fonte de embasamento para muitas empresas multinacionais. Sua força é ampliada por ser a única ferramenta de responsabilidade social adotada por governos, com o Brasil.

Para esta instituição, a responsabilidade social é determinada pelas circunstâncias das organizações envolvidas. Assim, as práticas das empresas socialmente responsáveis refletem o compromisso em negociar de forma que preservem ou aumentem, em lugar de danificar, as comunidades próximas, os funcionários, o meio ambiente e a conduta econômica justa. Indicam também a necessidade de auditoria independente para que não fique apenas no compromisso.

A Organização para Cooperação do Desenvolvimento Econômico (OCDE) é um importante mecanismo internacional que se reporta à responsabilidade social como uma ferramenta capaz de promover o crescimento sustentável.

No Brasil, uma das organizações ligadas a OCDE é o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE, 2008). Teve início de suas atividades em 1981 e um de seus fundadores foi sociólogo Herbert de Souza, o Betinho.

A missão da entidade é aprofundar a democracia, seguindo os princípios de igualdade, liberdade, participação cidadã, diversidade e solidariedade. Para tal, desenvolve projetos e/ou iniciativas em diversas seguintes linhas: alternativas democráticas à globalização; desenvolvimento e direitos; direito à cidade; economia solidária; processo fórum social mundial; observatório da cidadania: direitos e diversidade; responsabilidade social e ética nas organizações; soberania, etc.

Dos projetos incentivados pelos IBASE, a proposta para monitoramento da responsabilidade social resultou na criação do Balanço Social, que completou 10 anos em 2007. Em comemoração, foi publicado um livro, fazendo um retrospecto sobre balanço social no país.

Na concepção do IBASE/Balanço Social (2008), as empresas não têm escolha em ser ou não ser responsáveis. O que elas podem e devem escolher é o modo de exercer a sua necessária responsabilidade. Converte com a definição de responsabilidade empresarial adotada pela entidade, que é reconhecer o caráter de patrimônio insubstituível das empresas como base da economia de uma sociedade que busca ser democrática, que valoriza sua cidadania e usa de forma sustentável a natureza, sem comprometer gerações futuras. Outro representante expressivo sobre o tema no país é o Instituto Ethos.

O Instituto Ethos também é um dos disseminadores da prática da responsabilidade social no Brasil. Atuante no mercado há dez anos como entidade não governamental, traz como definição ao tema:

Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade. Isso deve ser feito preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. (INSTITUTO ETHOS, 2008)

O conceito apresenta a organização integrante do ambiente e responsável pela sua conseqüente interferência nele. A sua existência remete responsabilidades para si. Ciente disso, o Instituto Ethos se define como empenhada em mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.

Como forma de difusão promove cursos, publicação de livros, incentiva publicação do balanço social, tem atuação específica para universitários e jornalistas. Pode-se afirmar que é uma das maiores entidades no Brasil sobre o assunto. A organização também disponibiliza o Guia de Balanço Social, com o objetivo de apontar os elementos fundamentais na elaboração do balanço social, traz diretrizes gerais que ajudam as empresas a organizar e a comunicar as informações sobre os desafios da estratégia socioambiental e a coerência ética das operações. Além disso, elaborou os “Indicadores Ethos de Responsabilidade Social”, uma forma das organizações diagnosticarem suas ações. Sobre os indicadores, serão apresentados mais detalhes posteriormente.

Operando de maneira diferenciada, porém convergindo nas finalidades foi criada a Norma Brasileira (NBR) 16001. A autora é a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), instituição oficial brasileira de normalização. A NBR 16001, instituída em 2004, permite estruturar um sistema de gestão visando à responsabilidade social, com intuito de promover a ética e transparente de uma organização com todas as suas partes interessadas visando ao desenvolvimento sustentável. O quadro 3.1 apresenta também a forma de atuação de cada organização.

A apresentação das quatro entidades é apenas uma amostra em um universo de organizações que estão envolvidas com o assunto, como a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), Grupo de Instituto, Fundações e Empresas (GIFE), Instituto de Cidadania Empresarial (ICE), Pensamento Nacional das Bases

Empresariais (PNBE), Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). Alguns agindo internacionalmente, além da atuação bem diversificada.

Entidade	Abrangência	Forma de Atuação
OCDE	Internacional	Diretrizes/ Princípios voluntários
IBASE	Nacional	Metodologia/ Balanço Social
Instituto Ethos	Internacional	Metodologia/ Indicadores de Responsabilidade Social
NBR 16001	Nacional	Norma/Sistema de Gestão
FIDES	Nacional	Projetos/ difusão / conscientização
ICE	Nacional	Projetos/ difusão / conscientização
PNBE	Nacional	Projetos/ difusão / conscientização
IBGC	Internacional	Projetos/ difusão / conscientização

Quadro 3.1 - Disseminadores de responsabilidade social.

Respaldo pelo conceito de isomorfismo institucional (DIMAGGIO e POWELL, 1983) que ampara a propagação da responsabilidade social, pode-se afirmar que as organizações são consideradas institucionalizadas quando representam à sociedade pertencente algo considerado necessário o que, desta forma, caracteriza sua perenidade. Portanto, ao alegar que a responsabilidade social se demonstra um movimento ascendente no sentido de valorização do tema, Sobreira (2002) acaba por ratificar sua institucionalização.

Conhecido alguns disseminadores da responsabilidade social no Brasil e mundo, na seqüência serão relatados ferramentas disponíveis para orientar e analisar as práticas de responsabilidade social nas organizações interessadas. No caso do Balanço Social, sua descrição minuciosa deve-se ao fato de ser a ferramenta utilizada nesta pesquisa.

3.2 Balanço social

O entendimento do papel da contabilidade torna-se necessário para apresentar o conceito do Balanço Social, instrumento desta pesquisa.

O balanço social traz a estrutura do balanço patrimonial, uma das ferramentas usadas pela contabilidade. Kroetz (2000) argumenta que o novo perfil tecnológico-econômico-social, exigido pelo mundo globalizado, requer que ela evolua no sentido de prestar informações atualizadas, observando os reflexos das mutações patrimoniais no

ambiente social e ecológico, ratificando assim a necessidade de evoluir junto aos novos conceitos que se afloram na sociedade.

É interessante analisar essa convergência, inclusive com a responsabilidade social. Tinoco (2001) confirma ao declarar que a empresa é uma coalizão de interesses entre os diferentes grupos sociais. Sendo assim, a contabilidade deve estar a serviço dos que a utilizam, com suas atribuições em expansão, acompanhando as necessidades impostas pelo mercado. O mesmo autor chama atenção para as demonstrações contábeis, que tinham por finalidade fornecer informações aos gestores e agora passaram a serem exigidas pelos credores e também pelo Estado, para controlar e impor políticas públicas.

Com esse ponto de vista, o balanço social surge como fonte de informação aos diversos grupos que possuem interesse na organização. Kroetz (2000) defende que o documento será um instrumento que retroalimentará o sistema organizacional, tornando-o dinâmico, interligado e interagente ao ambiente global. Ele será agente para apresentar as informações já disponíveis que serão utilizadas pelos envolvidos e que irão gerar novas informações a serem demonstradas por ele.

Para o IBASE (2008), que se tornou um dos propulsores da utilização da ferramenta no Brasil, o balanço social é também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa das organizações.

Esse papel proposto alinha-se com o conceito apresentado por Tinoco (2001) ao defender o balanço social como um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, da forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais, do desempenho da entidade, aos mais diferentes usuários. Ratificando a utilização como instrumento de gestão, Kroetz (2000) declara ser um instrumento de auxílio na gestão da entidade, contribuindo para a melhora da estrutura organizacional, da informação e da comunicação, da produtividade, da eficácia e eficiência, etc.

O termo “transparente” foi sugerido por conveniência. A premissa básica é de que o balanço social seja divulgado espontaneamente de forma que todos interessados tenham acesso as informações apresentadas, e devem ser apresentadas claramente e sem omissões. O termo *disclosure* - transparência - é sempre empregado ao justificar a publicação do documento.

É salutar informar que, inicialmente, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) era favorável à voluntariedade da prática da responsabilidade social e de suas ferramentas, como o balanço social. Porém, ao celebrar dez anos de atuação, o

IBASE⁴ justifica a alternância de seu posicionamento para obrigatoriedade, alegando que a sociedade tem o direito a informações transparentes das atividades desempenhadas pelas organizações.

O empenho voluntário das empresas em anunciarem suas ações de responsabilidade social por muitas vezes são questionários. Por isso, existem auditorias que podem conferir o rigor das informações prestadas. Contudo, o assunto tem muitas formas de abordagem.

Na concepção de Tinoco (2001), a elaboração e a publicação do balanço social têm conseqüências. Por isso, implicam responsabilidade e dever de comunicar com exatidão os dados de sua atividade, proporcionando aos núcleos relacionados a ela avaliá-la, compreendê-la e, se oportuno, criticá-la. Já Kroetz (2000) sinaliza a importância de uma auditoria, para garantir as informações apresentadas que será posteriormente fomento de discussões, convergindo com a indicação do IBASE mencionada no parágrafo anterior.

Contudo, a indicação de auditoria entra como avessa aos objetivos do balanço social. As informações prestadas no documento, em sua maioria, são as consideradas como práticas que estão relacionadas à responsabilidade sócio-ambiental, ou seja, que a organização tem como opção exercitar ou não. Destarte, excetuando as atividades obrigatórias, à organização cabe ter conscientização para exercê-la e para publicá-la.

Os objetivos mencionados por Tinoco (2001, p. 30) para o balanço social são:

1. No plano legal, fornece um quadro de indicadores a um grupo social, que após ter sido apenas um simples fator de produção, encontra-se promovido como parceiro dos dirigentes da empresa;
2. No plano de funcionamento da empresa, serve de instrumento de pilotagem no mesmo título que os relatórios financeiros. Os trabalhadores encontram-se assim associados à elaboração e à execução de uma política que os liga ao principal dirigente.

Kroetz (2000), ao descrever o objetivo genérico do documento, dá ênfase ao escopo da Contabilidade, que é refletir a realidade patrimonial. Nessa perspectiva, o balanço vem suprir as necessidades de apresentação de informações de caráter social e ecológico.

Defendido como uma ferramenta gerencial, o balanço social deve demonstrar, claramente, quais as políticas praticadas e quais seus reflexos no patrimônio, objetivando evidenciar sua participação no processo de evolução social.

⁴ O IBASE, ao comemorar dez anos de existência em 2008, publicou o livro intitulado “Balanço Social: O Desafio da Transparência”, onde faz a análise de mais de mil balanços sociais publicados sob sua metodologia. O livro está disponível no site da instituição: <<http://www.balancosocial.gov.br>>

Silva e Freire (2001, p. 69) afirmam que:

Balanço social pode ser considerado como um demonstrativo técnico-gerencial que engloba um conjunto de informações sociais da empresa, permitindo que os agentes econômicos visualizem suas ações em programas sociais para os empregados (salários e benefícios), entidades de classes (associações, sindicatos), governo (impostos), e cidadania (parques, praça, meio ambiente, etc).

A concepção é de que o documento, que tem uma relação muito estrita com a responsabilidade sócio-ambiental, transformou-se um instrumento capaz de agregar valor a organização, independente da obrigatoriedade de sua elaboração e publicação.

3.2.1 Aporte histórico

Historicamente, a França foi o primeiro país a criar uma lei que determinasse as empresas com mais de 300 funcionários a publicar o Balanço Social. A lei nº 77.769 de 12 de julho de 1977, também conhecida como *Rapport Sudreau* (TINOCO, 2001 p.132). Ainda de acordo com o mesmo autor, outros países também criaram leis decretando a publicação do balanço social, como o Decreto-Lei nº 9/92, em Portugal, exigindo a entrega anual por todas as empresas com pelo menos 100 funcionários.

Para que tais leis fossem promulgadas, muita luta se travou principalmente na América do Norte e Europa. No início do século, por volta da década de 20, há relatos de que, através de pressão exercida pelos operários, algumas empresas na Alemanha publicaram documentos em que constavam suas ações sociais.

A cobrança por transparência acentuou com a quebra da Bolsa de Valores em 1929, onde as empresas foram acusadas de omitir e/ou publicar informações não verídicas sobre a realidade financeira das mesmas. A população e as próprias empresas sofreram muito com a crise economia da época, o que levou a pressionarem também os governos para que exigissem destas informações reais, unindo informações econômicas as sociais. Passado algum tempo, a pressão diminuiu, o que levou as empresas a esquecerem tais procedimentos.

Porém, já nas décadas de 40 e 50, o descontentamento com as guerras mundiais despertaram na população a antipatia por empresas de armamentos bélicos. A antipatia foi reforçada com a Guerra do Vietnã, na década de 60, onde a população americana iniciou boicotes às empresas que fabricavam armas e seus fornecedores/clientes. Assim, muitas

empresas, para não serem prejudicadas, apresentavam relatórios que constavam quais atividades eram exercidas por elas e os investimentos em ações sociais que praticavam.

A onda também invadiu a Europa. Cobrando das empresas ações que demonstrassem sua responsabilidade social, a população acompanhava o desempenho delas através dos relatórios sociais. A primeira publicação foi na Alemanha, pela empresa Steag, em 1971. Logo depois, entendendo a necessidade das publicações que mensurassem a responsabilidade das empresas, vem a promulgação da lei pela França. Daí, segue sua proliferação por todo mundo.

É valoroso lembrar que o histórico do balanço social está vinculado ao da responsabilidade social, haja vista sua estrita relação.

No Brasil, os primeiros movimentos sobre o tema ocorreram em 1977 no 2º Congresso da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) que também debateu sobre Balanço Social. Alguns trabalhos de pesquisadores da Universidade de São Paulo (USP) na década de 80 também relacionam a pesquisa sobre o tema. A primeira publicação no Brasil foi da empresa baiana Nitrofértil, em 1984.

Entretanto, o mote disseminou-se pelo sociólogo Herbert de Souza - Betinho, ao fundar o IBASE, instituição de caráter suprapartidária e supra-religiosa dedicada a democratizar a informação sobre as realidades econômicas, políticas e sociais no Brasil. Hoje, fazem parte da publicação do Balanço Patrimonial de inúmeras empresas, principalmente as que são constituídas por capital externo. Isso porque a Comissão de Valores Mobiliários (CVM), que foi uma das primeiras parceiras, defendeu que todas as empresas de capital aberto deveriam realizar o balanço social.

Para publicação do balanço pelas empresas interessadas, grande parte utiliza-se do modelo proposto pela instituição. O site disponibiliza o modelo para as empresas que desejam efetuar a publicação. Nele, há disposto também o conceito de Balanço Social adotado nesta pesquisa:

O balanço social é um demonstrativo publicado anualmente pela empresa reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. É também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa. (IBASE/BALANÇO SOCIAL, 2008)

Como estímulo para sua publicação, desde 1998 é fornecido às empresas que publicam nos moldes sugeridos o Selo Balanço Social IBASE/Betinho, que pode ser utilizados pelas empresas em seus anúncios, embalagens, etc.

Na questão de legalidade, em nosso país não há nenhuma lei federal para publicação do Balanço Social. Há, no Congresso Nacional, um projeto que está tramitando desde 98. Também existem casos de lei estaduais e municipais⁵ que regulamentam sobre o assunto.

3.2.2 Metodologia do balanço social

É importante aportar novamente aos fundamentos da responsabilidade social e do balanço social, que não possuem caráter obrigatório. Por isso, a elaboração do documento não tem fórmulas rígidas e pré-determinadas. Apenas sugestões que devem se beneficiar dos valores éticos empregados pelas organizações, sempre visualizando seus interessados.

O Instituto Ethos disponibiliza três modelos de balanço social ou também chamados de Relatórios de Sustentabilidade: o primeiro, do próprio instituto, elaborado com base nos indicadores de responsabilidade social e planilha proposta pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE); o segundo, o balanço social do próprio IBASE; e o terceiro, denominado como Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade, da *Global Reporting Initiative* (GRI), é considerado o mais completo, elaborado com princípios para definição adequada do conteúdo do relatório e para garantir a qualidade da informação relatada, indicadores de desempenho e protocolos técnicos com metodologias de compilação, fontes de referências. Além disso, foi considerado o padrão internacional de relatórios de sustentabilidade e está na sua terceira versão, identificada como G3.

Será apresentado, neste estudo, o modelo apresentado pelo IBASE. A opção por ele justifica-se por ser a fonte dos dados desta pesquisa. No capítulo IV, sobre a Lei de Responsabilidade Social em Mato Grosso, encontra-se o modelo do IBASE comparado com o modelo da Lei 7.687/2002.

Basicamente, o balanço social é constituído por indicadores quantitativos e qualitativos referentes aos ambientes interno e externo e os dados expostos são dos dois últimos anos, o que possibilita comparações do quadro evolutivo da empresa.

Ao contador, pessoa normalmente responsável elaboração do documento, cabe a tarefa de recolher as informações e dispô-las de forma clara, objetivo e sem vieses. Em

⁵ Maiores informações podem ser obtidas no site do IBASE: < www.balancosocial.org.br.>

2004, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) elaborou a Norma Brasileira de Contabilidade - NBC T15 - Informações de Natureza Social e Ambiental, com intuito de disciplinar a elaboração do balanço social. A entidade tornou-se mais uma a assumir o papel do balanço social.

Segundo Tinoco (2001), as abordagens compreendem o balanço em sentido restrito (indicadores do corpo funcional); demonstração do valor adicionado; indicador ecológico e responsabilidade social da empresa. Porém, salienta-se que essa ordem pode ser variável, conforme verificado em diversos materiais explicativos sobre sua elaboração: nos sites do IBASE, Instituto Ethos⁶, livros de diversos autores, como os também utilizados no trabalho elaborados por Kroetz (2000) e Tinoco (2001).

A parte referente aos recursos humanos da empresa - deve demonstrar dados do emprego como: total de empregados no final de cada exercício, pessoas ocupadas de acordo com sexo, instrução, categoria profissional, raça, portadoras de deficiências, etc. Remuneração, participação nos lucros, qualificação profissional, acidentes de trabalho, investimentos em cultura, entre outros também constituem a referida parte.

Outro componente do balanço é a denominada Demonstração do Valor Adicionado (DVA). Para Tinoco (2001) a diferença em determinada etapa da produção entre o seu valor bruto e os consumos intermediários na etapa é identificado como valor adicionado. A organização busca no mercado bens ou serviços, modifica-os utilizando seus equipamentos, funcionários, etc. e dispõe novamente ao mercado através da venda. Assume que não é um ambiente fechado.

Kroetz (2000, p. 40) esclarece que:

A DVA é na realidade a diferença entre os recursos consumidos que a organização adquiriu de terceiros e o que ela produziu, ou seja, representa o que foi agregado de valor ao produto/serviço (riqueza gerada), dentro de seu ciclo operacional. Demonstrando, ainda, sua contribuição para empregados, governo, financiadores, acionistas/sócios etc.

A divulgação da DVA (Demonstração do Valor Adicionado), apesar de ser estimulada, nem sempre ocorre. É indicado que seja divulgado (como ocorre em outros países) a sua distribuição. Porém, não são todas empresas que utilizam, ignorando o conceito de transparência que está vinculado ao balanço.

⁶ No site do Instituto Ethos estão dispostas recomendações para elaboração do documento: http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/guia_relatorio/default.htm

A terceira parte da elaboração reporta-se aos investimentos externos que a organização realiza no tocante as questões ambientais. Trata-se de incentivos à educação ambiental, investimentos em projetos de prevenção, recuperação de áreas degradadas e outros análogos.

Por fim, os investimentos realizados em ações externas e que vão de encontro com a sociedade. Esses podem ser através de patrocínios a atividades culturais, adoção de entidades não governamentais, participação em programas públicos, restauração de espaços públicos, etc.

Geralmente, ao final do balanço social há espaço para descrição mais detalhada que não é possível realizar nos espaços, principalmente por se tratar de um formulário com espaços específicos para seu preenchimento.

A publicação de informações, por vezes consideradas confidenciais, torna os grupos de interessados parceiros e complacentes da organização. Na verdade, ratifica o respeito com que são tratados, devolvendo a confiança depositada nela a partir do momento que foi permitido sua existência no meio.

3.2.3 Destinatários

Tanto se mencionou sobre os interessados na publicação do balanço social. Grupos, envolvidos, núcleos... Afinal, que são eles? São todos envolvidos pela organização, os denominados *stakeholders*. O quadro 3.2 apresentado resume de modo preciso a questão, destacando algumas informações sobre cada caso. Confira o item “colaboradores”: as informações apresentadas são referentes à formação da caixa da empresa, a questão salarial, fundamental para considerar a atuação da empresa no quesito responsabilidade social, a perspectiva de crescimento, como é feita a distribuição através da Demonstração do Valor Adicionado (DVA), entre outros dados pelos quais os funcionários podem avaliar o desempenho da organização em relação a eles.

É oportuno salientar que inicialmente as publicações visavam os públicos internos, sobretudo empregados e acionistas. Atualmente, envoltos na globalização e na sustentabilidade, os interessados externos tornaram-se o principal alvo das publicações.

Usuários	Metas Relevantes
Clientes	Produtos com qualidade; recebimento de produtos em dia; produtos mais baratos, cortesia no atendimento.
Fornecedores	Parceria; segurança no recebimento; continuidade.
Colaboradores	Geração de caixa; salários adequados; incentivos à promoção; produtividade; valor adicionado, segurança no emprego.
Investidores potenciais	Custo de oportunidade; rentabilidade; liquidez da ação.
Acionistas controladores	Retorno sobre o Patrimônio Líquido; Retorno sobre o Ativo; continuidade; crescimento no mercado; valor adicionado.
Acionistas minoritários	Fluxo regular de dividendos; valorização da ação; liquidez.
Gestores	Retorno sobre o patrimônio líquido; continuidade; valor adicionado.
Governo	Lucro tributável; valor adicionado; produtividade
Vizinhos	Contribuição social; preservação do meio ambiente; segurança; qualidade; cidadania.

Quadro 3.2 Usuários do balanço social.

Fonte: Tinoco (2001, p 35)

O balanço social insere-se em outra questão motivadora de controvérsias: o *marketing*. Na visão de alguns especialistas, pode tornar um motivo de publicidade. Todavia, baseando-se nos argumentos de Kroetz (2000), é apenas uma face da importância desse instrumento, e não pode ser encarada como meta principal.

Não se pode desvencilhar do objetivo que é de compreender a atuação social da entidade, objetivando uma melhora contínua.

Com base nos pressupostos, a publicação teria destinação certa e não seria mais um material publicitário, o que fere os princípios éticos que norteiam a responsabilidade social, motivo da existência do balanço social.

3.3 Indicadores Ethos de Responsabilidade Social

A necessidade de estabelecer mensuração para as ações de responsabilidade social levaram o Instituto Ethos, em 2000, a lançar os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. Completando seu oitavo ano de edição em 2008, tornou-se amplamente utilizado pelas empresas nacionais. Os indicadores têm como característica principal o interesse em estabelecer padrões éticos de relacionamento com funcionários, clientes,

fornecedores, comunidade, acionistas, poder público e com o meio ambiente (VENTURA, 2005, p. 114).

A seriedade que as organizações apresentam em seus ambientes internos determina como será o comportamento dos envolvidos nele. Sem dúvida, no intuito de gerar valor e para perpetuação por meio dele que companhias de todo o mundo se reinventam quase diariamente, buscando adaptarem-se a um mercado cada vez mais exigente, global e mutante (ASHLEY e CHAVES, 2005, p. 19).

A velocidade que a reinvenção ocorre, principalmente por causa do desenvolvimento tecnológico, pode ser causadora de muitas portas fechadas. Portanto, a adaptação se faz necessária não apenas nas áreas de produção e finanças, mas na cultura da própria organização, de forma que consiga acompanhá-la.

Na expectativa de contribuir para a gestão de empresas declaradas cidadãs, os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social propiciam ferramentas que possam indicar caminhos e monitorá-los, assessorando-a na busca por melhores ambientes, ou ambientes adequados aos cidadãos que, de qualquer maneira, garantem a sua existência.

Na versão 2008, são apresentados os temas e suas respectivas variáveis apresentados no quadro 3.3. A estrutura de avaliação dos indicadores é bem complexa, formada por uma questão de profundidade, questões binárias e questões quantitativas.

De tal modo, o indicador de profundidade pode ter uma variável como “comportamento frente às demissões” resultando em nenhuma demissão, ou crescente a ponto de, no caso de ocorrência, indicar a outra empresa.

O Instituto disponibiliza *download* a todos interessados do site o formulário e também apresenta a forma correta de preenchimento. Além disso, apresenta indicadores de monitoramento interno, sugerindo serem utilizados pelos gestores.

Para analisar a evolução das empresas considerando-se os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social, o Instituto iniciou o monitoramento em 2000 considerando os questionários de 71 empresas que participaram do lançamento dos Indicadores. Em 2006, o número de participantes foi de 617. As organizações preenchem os indicadores e enviam ao Instituto, para avaliação e comparação.

A metodologia utilizada é baseada nas respostas obtidas dos questionários. Para cada um dos indicadores, as empresas recebem uma nota, composta pela resposta do indicador de profundidade e as informações adicionais. As notas foram calculadas com base em um sistema de pontuação no qual todos os temas têm um número equivalente de pontos.

Valores Transparência e Governança	Auto regulação da conduta	Compromissos éticos; enraizamento na cultura organizacional; governança corporativa.
	Relações Transparentes com a sociedade	Relações com a concorrência; diálogo e engajamento com partes interessadas; balanço social.
Público Interno	Diálogo e Participação	Relações com sindicatos; gestão participativa
	Respeito ao Indivíduo	Compromisso com o futuro das crian- ças; compromisso com o desenvolvi- mento infantil; valorização da diversi- dade; compromisso com a não-discrimi- nação e promoção da equidade racial; compromisso com a promoção da equidade de gênero; relações com trabalhadores terceirizados.
	Trabalho Decente	Política de remuneração, benefícios e carreira; cuidados com saúde, segu- rança e condições de trabalho; com- promisso com desenvolvimento profis- sional e empregabilidade; comporta- mento nas demissões; preparação para aposentadoria.
Meio Ambiente	Responsabilidade com as futuras gerações	Compromisso com a melhoria da quali- dade ambiental; educação e conscien- tização ambiental.
	Gerenciamento do impacto ambiental	Gerenciamento do impacto no meio ambiente e do ciclo de vida dos produ- tos e serviços; sustentabilidade da economia florestal; minimização de entradas e saídas de materiais.
Fornecedores	Seleção, avaliação e parceiras com fornecedores	Critério de seleção e avaliação de fornecedores; trabalho infantil na cadeia produtiva; trabalho forçado na cadeia produtiva; apoio ao desenvolvi- mento de fornecedores.
Consumidores e Clientes	Dimensão social do consumo	Política de comunicação comercial; excelência no atendimento; conheci- mento e gerenciamento dos danos potenciais de produtos e serviços.
Comunidade	Relações com a comunidade local	Gerenciamento do impacto da empresa nas comunidades de entorno; relações com organizações locais.
	Ação social	Financiamento da ação social; envolvimento com a ação social.
Governo e Sociedade	Transparência política	Contribuições para campanhas polí- ticas; construção da cidadania pelas empresas; práticas anti-corrupção e antipropina.
	Liderança Social	Liderança e influência social; partici- pação em projetos sociais e governa- mentais.

Quadro 3.3 Indicadores Ethos de Responsabilidade Social.

Fonte: Instituto Ethos

Através da análise dos dados obtidos através dos indicadores de 2000 a 2006, o Instituto apresentou a tabela 3.1 sobre a evolução da responsabilidade social.

O grupo intitulado *Benchmark* foi utilizado desde o princípio como parâmetro para analisar a evolução das empresas participantes. Trata-se de empresas que disponibilizaram práticas que se destacaram nos Indicadores Ethos e por isso, usadas como referência. Como declara o Instituto, sempre é respeitada a confidencialidade dos dados, por isso são disponibilizados em grupos.

Tabela 3.1 Evolução dos indicadores sociais

Tema	<i>Benchmark</i>							Empresas Participantes							Melhor Performance por Tema						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Valores, Transparência e Governança	7,4	8,1	8,5	9,0	9,38	9,21	9,17	5,8	5,7	5,5	5,0	4,97	4,51	4,67	9,0	10	9,5	10	10	9,98	9,92
Público interno	7,4	8,2	7,7	8,2	8,79	8,54	8,27	5,4	5,8	5,4	4,5	4,13	4,04	4,09	8,1	9,2	8,9	8,9	9,91	9,67	9,25
Meio Ambiente	7,6	8,5	8,9	8,6	9,05	8,54	8,66	3,6	5,2	5,2	4,5	4,1	3,48	4,34	10	10	10	10	9,95	9,91	9,34
Fornecedores	7,3	8,1	8,1	8,7	8,9	8,46	9,16	5,4	5,2	4,9	4,3	3,77	3,26	3,84	8,8	10	10	9,8	9,96	10	9,95
Consumidores e Clientes	8,7	9,1	9,0	9,9	9,63	9,76	9,87	7,1	7,3	6,9	6,1	5,93	5,81	6,24	10	10	10	10	9,88	10	9,96
Comunidade	8,9	9,0	9,3	9,5	9,45	9,3	9,26	5,7	5,9	5,7	4,5	3,74	3,35	3,96	10	10	10	10	10	10	9,98
Governo e Sociedade	7,5	8,8	8,6	9,2	9,02	8,11	9,24	5,6	6,2	6,0	5,0	4,59	3,21	3,99	9,4	10	10	10	9,86	10	10

Fonte: Instituto Ethos/2008

Sobre o melhor desempenho constante na tabela, trata-se das melhores notas das empresas participantes nos determinados temas, como público interno, meio ambiente.

A conferência apresenta que os índices alcançados pelo grupo *Benchmark* sempre são superiores aos dos participantes. Além disso, o grupo de *Benchmark*, de forma geral tem demonstrado evolução crescente nos índices, o que não é identificado nos participantes. Pelo contrário, se comparado o ano 2004 em relação a 2006, somente o indicador meio ambiente apresentou crescimento, chegando a média de 4,34, muito aquém dos 8,66 do *Benchmark*.

Os maiores resultados são alcançados no que se refere aos clientes e consumidores, tanto pelos participantes quanto pelo *Benchmark*.

Como objeto de estudo desta pesquisa, o público interno tem o menor índice por parte do grupo *Benchmark*, ficando em 8,27 (em 2006), porém muito superior ao dos participantes, que totalizaram 4,09 no mesmo período.

Através desses dados percebe-se uma retrospectiva da evolução da responsabilidade no Brasil, já que o Instituto Ethos tornou-se representante legítimo da realidade da responsabilidade social brasileira.

3.4 O reconhecimento da responsabilidade social pelo mercado financeiro

A procura por ações empresariais que propiciem condições de investimentos mais sustentáveis levou a Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA) a unir forças com outras entidades, como Instituto Ethos, Ministério do Meio Ambiente, Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), etc., para criação do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE).

O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE⁷) tem por objetivo refletir o retorno de uma carteira composta por ações de empresas com reconhecido comprometimento com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial, e também atuar como promotor das boas práticas no meio empresarial brasileiro.

Dessa forma, empresas que passam pelo critério de seleção do conselho responsável e têm melhor desempenho integram o grupo que forma o índice (no máximo 40 empresas). Na opinião de Ventura (2005), é uma adaptação para o Brasil de uma prova já institucionalizada no movimento de responsabilidade social internacional, que tem como referência o *Dow Jones Sustainability World Index* (DJSI World), criado pela Bolsa de Valores *Dow Jones* em 1999.

O acompanhamento desse índice demonstra que desempenho superior de até 15% aos investimentos tradicionais realizados através do *Dow Jones Index*, índice tradicional da Bolsa de Valores *Dow Jones*.

Iniciativa inédita no mundo, a Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA) criou a criação da Bolsa de Valores Sociais em junho de 2003 como o objetivo de estabelecer um ambiente de criação de valor que privilegie a crença em programas e projetos que mereçam ser apoiados. No entendimento de Ferreira (2005), além da inovação na forma de captação de recursos e apoio a organizações da sociedade civil de interesse público, apresenta

⁷ As informações sobre o ISE são disponibilizadas através do site da Bovespa. Confira em: <www.bovespa.com.br>

novos conceitos como investidor social – aquele que deseja investir em organizações da sociedade civil de interesse público, direcionando uma parte de seus recursos para projetos sérios e comprometidos com a desigualdade social- e lucro social- retorno proporcionado pela organização na correta aplicação dos recursos.

Os recursos captados pela Bolsa de Valores Sociais são transferidos integralmente para a organização escolhida. A responsabilidade social empresarial é um movimento que está se estruturando em diversos segmentos da sociedade através de várias iniciativas que consolidarão nas práticas e princípios de gestão empresarial e na lógica de atribuição de valores às empresas pelo mercado, conforme Ferreira (2005).

Junto aos investimentos, surgem os fundos de pensão, que também apresentam a visão para investimentos socialmente responsáveis. Um exemplo citado por Ventura (2005) é o Fundo Itaú Excelência Social, que iniciou em setembro de 2004 formando a sua carteira com empresas que têm práticas diferenciadas e reconhecidas de responsabilidade social corporativa. O alcance principal são clientes institucionais, como os fundos de pensão, seguradoras etc., contudo, propicia aplicações para pessoas físicas.

A busca pela rentabilidade desses fundos inicialmente é compreendida ao verificar os resultados: o Fundo Itaú Excelência Social (FIES) acumulou, desde o seu início (03/02/2004), até 28/02/2005, rentabilidade de 43,09%, contra 42,26% do IBrX-50 (Índice Brasil⁸) e 27,01% do Ibovespa Médio (Índice Bovespa⁹), no mesmo período (VENTURA, 2005, p. 223).

Porém, no relatório apresentando resultados do FIES até maio de 2009 demonstrou que a realidade econômica também deixou reflexos nesta variabilidade de investimentos. Através da tabela 3.2, é possível verificar a evolução do índice em relação ao ISE - IBOVESPA. Também são apresentados informações do IBrX-50, além do FIES.

Diferente da evolução inicial, o FIES demonstrou rendimento médio entre o IBrX-50 e ISE. O destaque fica por conta da repercussão da declarada “crise econômica”, iniciada em 2008, afetando também as carteiras compostas por organizações socialmente responsáveis. Há pequena diferença em relação à redução do índice IBrX-50, mas não superior a dois pontos. Ou seja, pouco significativa.

Em 2009, o fundo FIES obteve rendimento mediano comparado aos demais.

⁸ Índice que mede o retorno de uma carteira hipotética composta por 50 das ações mais negociadas em termos de número de negócios e volume financeiro da BOVESPA.

⁹ Mede as variações dos preços das ações das empresas mais negociadas da Bolsa de Valores de São Paulo. A variação do IBOVESPA servirá como parâmetro indicativo de rentabilidade esperada para alguns fundos de ações.

Neste comparativo, somado os três anos, o maior rendimento vem do fundo que não está ligada a responsabilidade social ou sustentabilidade.

Tabela 3.2 Rendimentos

Acumulado	FIES (%)	ISE (%)	IBrX-50
2007	42,23	40,35	51,22
2008	- 41,79	- 41,09	- 43,14
2009*	32,54	25,70	40,42
* Até maio/2009.			

Fonte: BOVESPA, 2009

Ao finalizar, é importante destacar que os critérios de responsabilidade social adotados pelas empresas corroboram sua importância junto aos analistas e investidores que as almejam para realizarem e recomendarem investimentos.

3.5 Atestados de responsabilidade social

Os atestados sobre a responsabilidade social têm crescido de acordo com aumento o interesse das organizações pelo tema. Para Ventura (2005), são modelos criados com a finalidade de dar a melhor resposta ou são ações específicas que mobilizam diferentes atores em torno de questões sociais e ambientais. Contudo, os dois aspectos têm a capacidade de aglutinar e de sistematizar o movimento de responsabilidade social. Acompanhe alguns casos.

O Selo Balanço Social IBASE/Betinho é fornecido a todas as empresas que publicam o balanço social dentro da metodologia e critérios propostos. Entre os critérios, o primeiro é preencher a tabela de maneira completa (muitas vezes, as empresas omitem informações, atravessando o fundamento “transparência”). Depois, a exigência é que cada funcionário tenha uma cópia em mãos. Porém, devido às exigências submetidas pelo instituto e a alterações, a oscilação das empresas agraciadas com o Selo é grande. No início, em 2000 foram oito organizações. Em 2005 chegou a 63, seu recorde. Porém, em 2007 foi de apenas 17, em grande parte por não fornecer o Selo para empresa que “não mostrar publicamente em

seus balanços sociais a garantia de 2% a 5% de seus postos de trabalho para pessoas com deficiência” (IBASE/Balanco Social, 2008).

A empresa pode utilizar o selo para divulgar suas práticas responsáveis. Em 2008 foi suspensa a entrega do Selo, sob alegação de que será avaliado e reformulado.

A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) é representante da *International Organization for Standardization* (ISO). Ela é responsável pela certificação NBR 16001, norma brasileira de requisitos em sistema de gestão de responsabilidade social, que foi implantada em 2004. Tem por objetivo fornecer condições mínimas necessárias para um sistema da gestão da responsabilidade social, considerando os requisitos legais e outros, seus compromissos éticos e sua preocupação com a promoção da cidadania, do desenvolvimento sustentável e transparência de seus atos.

Assim como a ABNT, o IBASE e o Instituto Ethos estão participando da elaboração da ISO 26000, a certificação internacional de responsabilidade social. Devido o respaldo que a certificação ISO tem em todo o mundo, seu lançamento é aguardado com muita expectativa.

Outra certificação, de origem estrangeira é a *Social Accountability 8000* (S.A 8000), criada pela *Social Accountability International* (SAI¹⁰). Sua atuação é específica em relação à responsabilidade trabalhista nas empresas, como ela própria se denomina: uma norma que visa aprimorar o bem estar e as boas relações de trabalho. De acordo com o IBASE/Balanco Social (2009), a S.A 8000 é cada vez mais reconhecida no mundo como um sistema efetivo de implementação, manutenção e verificação de condições dignas de trabalho. Atualmente são mais de 160 empresas certificadas com S.A 8000 em diversos países, incluindo, entre outros: Estados Unidos, Inglaterra, Espanha, Itália e Brasil.

Outros movimentos mais pontuais também são realizados para promoção da responsabilidade social. É o caso das Certificações de Responsabilidade Social realizadas pelas Assembléias Legislativas do Rio Grande do Sul e de Mato Grosso. Como são integrantes ao objetivo desta pesquisa, serão mais bem detalhados na seqüência.

¹⁰ Organização não-governamental, sediada nos Estados Unidos.

4 A RESPONSABILIDADE SOCIAL EM LEI

Os primeiros passos para legalizar a responsabilidade social através do balanço social no Brasil foram dados através do Projeto de Lei 3.116/97, apresentado pelas deputadas federais Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling, em 1997 (IBASE/BALANÇO SOCIAL, 2008). O objetivo era criar e tornar obrigatório em âmbito nacional o balanço social para todas as empresas públicas e para as empresas privadas com 100 ou mais empregados. Contudo, como o mandato das autoras encerrou em 1998, o projeto foi arquivado sob justificativa de que o regimento interno determina ser automaticamente arquivado, caso o mesmo não passe por todas as comissões temáticas ao término do mandato de seu autor.

Ainda em relação à esfera nacional, o deputado Paulo Rocha, em 1999, reapresentou o Projeto de Lei 3.116/97, então sob número 0032/99. O processo está em trâmite pela Câmara dos Deputados pelas comissões necessárias, tendo o prazo para ser aprovado até 2011, data em que o segundo mandato do deputado encerra.

Nos estados, algumas ações foram mais efetivas. Teve início pelo Rio Grande do Sul, com a aprovação da Lei 11.440/2000, de autoria do deputado estadual César Busatto, que criou e regulamentou a lei intitulada Certificado de Responsabilidade Social. Para empresas localizadas no estado participarem da premiação, necessitam enviar o Balanço Social, assinado por um contador devidamente registrado no órgão competente e cujo modelo é disponibilizado através de edital anual. Consta que a iniciativa da lei foi do Conselho de Contabilidade Regional, como maneira de estimular a participação dos contadores nos balanços sociais.

No primeiro evento de premiação, participaram 20 empresas e dessas três receberam o Troféu de Responsabilidade Social/ Destaque RS pela realização de algum projeto de responsabilidade social. Em 2001, o número de integrantes passou para 89 e no último evento, realizado em 2008, o número de organizações que receberam o Certificado foi de 242, entre elas 12 foram consideradas vencedoras, recebendo então o Troféu.

Seguindo ordem cronológica, têm-se a criação da Lei Estadual 7.687/2002, apresentada pelos então deputados estaduais Humberto Bosaipo, José Riva e Eliene Lima. Com base nos mesmos preceitos apresentados pelos colegas do Rio Grande do Sul, Mato Grosso torna-se o segundo estado a possuir uma lei estabelecendo o Certificado de

Responsabilidade Social. Será apresentado posteriormente um tópico para melhor especificar esta lei, principal fonte desta pesquisa.

Dentre a instituição das leis em instância estadual, foi percebido que a instituída no Mato Grosso é muito similar ao do Rio Grande do Sul, incluindo o fato de sua criação ser sugerida por representantes dos profissionais contábeis¹¹ de Mato Grosso.

O terceiro e último estado a estabelecer a lei de Certificado de Responsabilidade Social foi o Amazonas, em 2003. A Lei 2.843 determina que, anualmente, a Assembléia Legislativa do Estado do Amazonas, será conferida às empresas e demais entidades com sede no Estado que apresentarem o seu Balanço Social do exercício imediatamente anterior a Certificação. Neste caso, as empresas que apresentarem o Balanço Social nos termos da Lei receberão o “Selo de Empresa Cidadã/AM”, a ser entregue em seção solene pela Assembléia. Além disso, as empresa que tiverem os projetos mais destacados receberão o Troféu Responsabilidade Social – Destaque/AM.

No tocante à Lei 2.843/2003, o texto apresenta-se como uma versão simplificada de versões anteriores, alternando o termo “Certificado de Responsabilidade Social” para “Selo de Empresa Cidadã”. Contudo, não foi encontrada junto ao site da Assembléia Legislativa amazonense nenhuma informação sobre ocorrência do evento, portanto nem possíveis empresas participantes. Assim, acredita-se que a Lei 2.843/2003 apenas foi promulgada e não executada.

Embasada nos dados disponibilizados pelo IBASE/Balanço Social, nos municípios, poucos são os relatos sobre qualquer espécie de reconhecimento público sobre a responsabilidade social como incentivo às empresas e demais entidades. A tabela 4.1 apresenta um breve histórico sobre o tema.

Mais buscas sobre leis municipais foram realizadas, encontrando relatos sobre várias cidades, como Aracajú/SE, Lucas do Rio Verde/MT, Rio de Janeiro/RJ, etc. A nomeação tem alternâncias como diploma, selo, certificado, entre outras.

Contudo, são reconhecidos muitos movimentos incentivadores de ações relacionadas diretamente com a responsabilidade social. Como exemplo, o caso do Selo ABRINQ, fornecido pela Fundação ABRINQ, instituição mantida pela Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (ABRINQ). Ela preza pelos Direitos da Criança e do

¹¹ Essa informação foi confirmada pela contadora Fátima Dragoni, presidente do SINCON-MT (Sindicato dos Contabilistas de Mato Grosso) em 2002, e por Sérgio Ricardo Inoui, presidente da Comissão Mista de Responsabilidade Social. As entrevistas foram realizadas no dia 19/05/2009, durante o Seminário de Responsabilidade Social, posteriormente transcritas e arquivadas.

Adolescente para empresas que assumem compromissos em benefício da infância e adolescência, realizando ações sociais para o público interno e comunidade.

Tabela 4.1 Propagação da responsabilidade social

Denominação	Normatização	Local
Selo de Empresa Cidadã	Projeto de Lei 004/97	Santo André/SP
Selo da Empresa Cidadã	Resolução nº 005/98	São Paulo/SP
Selo Herbert de Souza	Resolução 0048/98	João Pessoa/PB
Certificado de Responsabilidade Social	Lei 8118/98	Porto Alegre/RS
Selo Empresa-Cidadã	Decreto nº 118 de 11/11/99	Uberlândia/MG
Selo Empresa-Cidadã	Lei nº 9.536	Londrina/PR

Fonte: IBASE/Balanco Social

Outro exemplo é o Selo Empresa Cidadã, fornecido pela Câmara Municipal de São Paulo a empresas mais alinhadas à prática da cidadania empresarial, através de demonstração do compromisso ético e responsabilidade social, com conseqüente valorização do ser humano, sócio-ambiental e profissional no ambiente de trabalho, vizinhança e comunidade onde a empresa está inserida.

Relatadas movimentações pontuais sobre a intenção de transformar em lei princípios da responsabilidade social em relação ao país, estados e municípios, o próximo título tratará especificamente da lei vigente em Mato Grosso, objeto de interesse nesta pesquisa.

4.1 Lei 7.687/2002: Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso

Sancionada pelo então governador mato-grossense José Rogério Sales em 2002, a Lei 7.687 criou o Certificado de Responsabilidade Social com o intuito de promover o reconhecimento público de organizações que desenvolvem projetos e promovam a qualidade de vida dos seus colaboradores, da comunidade onde ela está inserida e do meio ambiente.

Para tal, a ferramenta escolhida para obtenção dos dados foi o Balanço Social, documento pelo qual, de acordo com a Lei, as empresas e demais entidades apresentam dados que permite identificar o perfil da sua atuação social durante o exercício contábil, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de interação das empresas e de demais entidades com a comunidade e sua relação com o meio ambiente.

Composto por sete artigos, em nenhum momento é referido um conceito a responsabilidade social no corpo da Lei. Em sua descrição consta instituir o Certificado de Responsabilidade Social, a ser entregue a todas as organizações que “apresentarem o Balanço Social do exercício anterior”. Além disso, descreve o Balanço Social como documento para identificar o perfil sobre a atuação social das empresas, identificado através dos itens que o compõe.

Destarte, o documento transforma-se no entendimento que a Lei 7.687 oferece sobre responsabilidade social. As informações declaradas no balanço social pelas empresas e entidades representam sua interpretação de responsabilidade social, limitadas pelo documento.

4.1.1 Comissão Mista

Apesar de a lei 7.687 ser criada em 2002, somente em 2007 a Assembléia Legislativa, através do Ato nº. 07/07 estabeleceu a Comissão Mista, prevista em lei e necessária para constituir o regulamento à concessão do Certificado de Responsabilidade Social, além de escolher os projetos agraciados com o Troféu Responsabilidade Social / Destaque MT. Sua função é de organizar, coordenar, planejar e deliberar todo o processo da certificação. Há representantes de diversas entidades fazem parte da Comissão Mista, conforme disposto no quadro 4.1.

Para divulgação do certificado, a Assembléia Legislativa junto a Comissão Mista promovem anualmente o Seminário de Responsabilidade Social, divulgado na mídia, em meios eletrônicos especialmente. O Seminário, sempre realizado na Assembléia Legislativa, serve para demonstrar os critérios de participação e alguns casos de projetos

destaques escolhido pela Comissão. Além disso, é informada a data para entrega do balanço social e quando serão apresentadas as empresas e entidades receptoras dos certificados.

Assembléia Legislativa do Estado de Mato Grosso – ALMT
Associação de Mulheres de Negócios e Profissionais de Cuiabá – BPW
Associação Matogrossense dos Municípios – AMM
Conselho Regional de Administração de Mato Grosso – CRA/MT
Conselho Regional de Serviço Social - CRESS 20ª Região - MT
Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Mato Grosso – FAMATO
Federação das Indústrias de Mato Grosso – FIEMT
Federação do Comércio de Mato Grosso – FECOMÉRCIO
Secretaria de Estado de Ciência e Tecnologia – SECITEC
Serviço Social da Indústria – SESI
Sindicato dos Profissionais de Contabilidade em Mato Grosso – SINCON/MT

Quadro 4.1 Componentes da Comissão Mista

Uma das atribuições da Comissão é a cassação do certificado. As empresas e entidades que forem denunciadas por descumprimento das leis sociais, trabalhistas, previdenciárias, ambientais e demais previsão legal poderão perder o título recebido. Antes, porém, será feita uma investigação por parte da Comissão. Contudo, não há relatos de ocorrências dessa natureza.

Todas as despesas da Certificação de Responsabilidade Social são custeadas pela Assembléia Legislativa.

4.1.2 O procedimento para certificar

Com o edital publicado anualmente pela Comissão Mista, sempre no site da Assembléia Legislativa, as empresas e entidades que desejam participar do certificado tomam conhecimento dos critérios utilizados.

É apresentado através do edital: a instituição do Certificado, os objetivos específicos da premiação, o conceito do Balanço Social e sua função, o desempenho da Comissão Mista, sobre a inscrição para o Certificado, a Certificação, critérios e denúncias e, as disposições finais.

Em 2008, a Comissão Mista realizou o III Seminário de Responsabilidade Social em 20 de maio. A entrega do balanço social poderia ser feita até 30 de junho e no primeiro dia de dezembro foram entregues os Certificados às participantes. Veja no quadro 4.2 o calendário disponibilizado sobre a quarta edição do Certificado (2009).

Calendário para o ano de 2009		
DATA	ASSUNTO	PAUTA
04/02/09	As 15:30 – Reunião com a Patrícia do SESI sobre junção	
17/02/09	1ª Reunião da Comissão Mista de Responsabilidade Social	
12/03/09	2ª Reunião da Comissão Mista de Responsabilidade Social	Revisão do Edital e o IV Seminário
07/04/09	IV Seminário sobre Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso Proposta para o dia 15/04/09, junto com a Fiemt	
19/05/09	IV Seminário sobre Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso. Seminário	Seminário no Auditório
04/08/09	3ª Reunião da Comissão Mista de Responsabilidade Social	Análise dos Balanços
18/08/09	4ª Reunião da Comissão Mista de Responsabilidade Social	Às 16 horas prazo de entrega dos balanços com as devidas análises
05/11/09	Sessão Solene	Entrega dos Certificados de Responsabilidade Social
17/11/09	5ª Reunião da Comissão Mista de Responsabilidade Social	Discutir os critérios da premiação por categoria, para 2010

Quadro 4.2 Calendário da Comissão Mista/ 2009

Este calendário foi disponibilizado no endereço eletrônico pela Comissão Mista e reflete a atuação dela, que tem compromissos distribuídos pelo ano.

Assim como a Lei 7.687 não faz referência a um conceito de Responsabilidade Social, o edital apresentado pela Comissão Mista também não o faz. Sugere, no entanto, os objetivos específicos da premiação:

- Promover o debate público sobre a Responsabilidade Social, visando uma maior contribuição para o desenvolvimento sustentável do Estado de Mato Grosso;
- Estimular a apresentação do Balanço Social pelas empresas e demais entidades;
- Difundir os conceitos, benefícios e ações de Responsabilidade Social no Estado do Mato Grosso;
- Incentivar o reconhecimento de esforços conjuntos em busca de uma sociedade melhor;
- Sensibilizar a sociedade a adotar postura cidadã, participando de programas ligados ao tema da Responsabilidade Social, que não se limitem à realização de doações filantrópicas;

- Construir e manter relacionamentos com empresas e demais entidades que desenvolvam ações ligadas ao tema;
- Promover a troca de experiências e aprendizagens entre as empresas e demais entidades que se interessem pelo tema;
- Disseminar tecnologias sociais com outras empresas e demais entidades;
- Identificar formas inovadoras e eficazes de atuar em parceria com as comunidades na construção do bem-estar comum.

Sustentado pelo Balanço Social, a premiação tem a pretensão de discutir, disseminar, difundir a responsabilidade social, reconhecendo seus benefícios com parte do desenvolvimento sustentável. Sobre os objetivos, o capítulo V terá maiores análises.

Ao fazer a inscrição, as empresas e entidades deverão se enquadrar em uma das seis categorias apresentadas, conforme sua natureza jurídica: micro e pequenas empresas (modelo 1); empresas de médio e grande porte, com renda bruta anual superior a R\$ 2.400.000,00 (modelo 2); organizações do terceiro setor (modelo 3); instituições de ensino e fundações privadas (modelo 4); os órgãos públicos são separados entre prefeituras, secretarias estaduais, autarquias e fundações públicas (modelo 5) e também empresas públicas e sociedades de economia mista (modelo 6).

A classificação ocorre porque o balanço social possui formato de acordo com as categorias, por questões como origem de recursos - diferentes entre empresas, organizações não governamentais e órgãos públicos - e sua aplicação.

Os balanços sociais apresentados pela Comissão Mista através do edital foram elaborados com apoio no modelo do Balanço Social/IBASE, contudo há diferenças bem significativas, esclarecidas a seguir.

Para melhor apresentação, será usado o termo “Modelo” para designar a versão apresentada pelo Balanço Social/IBASE e “Certificado” referindo-se a versão disponibilizada pela Comissão Mista que elabora o Certificado de Responsabilidade Social em Mato Grosso.

Vejam no quadro 4.3 que apresenta a versão 2008 do Modelo (para empresas de médio e grande porte). As partes *itálicas* e *claras* são os itens que não constam no Certificado. No Certificado é exigido constar no cabeçalho a declaração do presidente¹² e a identificação da entidade¹³, os quais não estão relacionados neste Modelo.

¹² A declaração é do seu responsável legal afirmando que não utilizam mão-de-obra infantil, trabalho degradante e análogo à escravidão, não tem envolvimento com prostituição ou exploração sexual infantil ou adolescente e não estarem envolvidas com corrupção.

¹³ A Identificação consta de: Razão ou denominação social, endereço, Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) e Ramo de Atividade.

1 - Base de Cálculo		2008 Valor (Mil reais)		
Receita Líquida (RL)				0
Resultado operacional (RO)				0
Folha de pagamento bruta (FPB)				0
2 - Indicadores Sociais Internos		Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação		0		
<i>Encargos sociais compulsórios</i>		0		
Previdência privada		0		
Saúde		0		
Segurança e saúde no trabalho		0		
Educação		0		
Cultura		0		
Capacitação e desenvolvimento profissional		0		
Creches ou auxílio-creche		0		
Participação nos lucros ou resultados		0		
Outros		0		
Total - Indicadores sociais internos		0		
3 - Indicadores Sociais Externos		Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Educação		0		
Cultura		0		
Saúde e saneamento		0		
Esporte		0		
Combate à fome e segurança alimentar		0		
Outros		0		
Total das contribuições para a sociedade		0		
<i>Tributos (excluídos encargos sociais)</i>		0		
Total - Indicadores sociais externos		0		
4 - Indicadores Ambientais		Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa		0		
Investimentos em programas e/ou projetos externos		0		
Total dos investimentos em meio ambiente		0		
<i>Quanto ao estabelecimento de "metas anuais" para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/ operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa</i>		<i>() não possui metas () cumpre de 51 a 75% () cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76 a 100%</i>		
5 - Indicadores do Corpo Funcional		2008		
Nº de empregados(as) ao final do período		0		
Nº de admissões durante o período		0		
Nº de empregados(as) terceirizados(as)		0		
Nº de estagiários(as)		0		
<i>Nº de empregados(as) acima de 45 anos</i>		0		
Nº de mulheres que trabalham na empresa		0		
% de cargos de chefia ocupados por mulheres		0,00%		
<i>Nº de negros(as) que trabalham na empresa</i>		0		
<i>% de cargos de chefia ocupados por negros(as)</i>		0,00%		
Nº de pessoas com deficiência ou necessidades especiais		0		
6 - Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial		2008		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa		0		
Número total de acidentes de trabalho		0		
<i>Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:</i>	<i>() direção</i>	<i>() direção e gerências</i>	<i>() todos(as) empregados(as)</i>	
<i>Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:</i>	<i>() direção e gerências</i>	<i>() todos(as) empregados(as)</i>		<i>() todos(as) + Cipa</i>
<i>Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:</i>	<i>() não se envolve</i>	<i>() segue as normas da OIT</i>	<i>() incentiva e segue a OIT</i>	
<i>A previdência privada contempla:</i>	<i>() direção</i>	<i>() direção e gerências</i>	<i>() todos(as) empregados(as)</i>	
<i>A participação dos lucros ou resultados contempla:</i>	<i>() direção</i>	<i>() direção e gerências</i>	<i>() todos(as) empregados(as)</i>	
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<i>() não são considerados</i>	<i>() são sugeridos</i>	<i>() são exigidos</i>	
Quanto à participação de empregados (as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<i>() não se envolve</i>	<i>() apóia</i>	<i>() organiza e incentiva</i>	
<i>Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):</i>	<i>na empresa</i>	<i>no Procon</i>	<i>na Justiça _____</i>	
<i>% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:</i>	<i>na empresa _____%</i>	<i>no Procon _____%</i>	<i>na Justiça _____%</i>	
<i>Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):</i>	Em 2008:			
<i>Distribuição do Valor Adicionado (DVA):</i>	<i>____% governo</i>	<i>____% colaboradores(as)</i>	<i>____% acionistas</i>	<i>____% terceiros</i>
<i>____% retido</i>				
7 - Outras Informações				

Quadro 4.3 Confrontação de modelos de balanço social - versão 2008.

Fonte: Balanço Social/IBASE/ Comissão Mista.

É perceptível que o demonstrativo em percentual relacionado à folha de pagamento bruta (FPB) e receita líquida (RL) do Modelo não são apresentados na versão Certificado, contudo torna-se possível obtê-lo através de cálculos.

Alguns itens em que constam tributos também são omitidos na versão Certificado, porém através de uma pesquisa podem ser obtidos.

Nos indicadores ambientais, uma fonte de informação relevante relacionada à sustentabilidade com repercussão inclusive na mídia, não foi mantida como no Modelo. O item “Quanto ao estabelecimento de “metas anuais” para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/ operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa” esboça a preocupação das organizações com o meio ambiente e revela se há políticas nesse sentido. Sua eliminação dá indícios de que a preocupação com o meio ambiente por parte da Comissão Mista não está sintonizada com as entidades que diariamente questionam sobre ele através da mídia.

Nos indicadores internos, o item número de empregados acima de 45 anos foi alterado para uma versão mais explícita pelo Certificado: total de empregados por faixa etária, onde são sugeridas as opções menores de 18 anos, de 18 a 45 anos e acima de 45 anos.

Um item que não consta no Modelo, mas está incluso no Certificado é o número de funcionários por escolaridade: analfabetos, ensino fundamental, ensino médio, ensino técnico, ensino superior e pós-graduação. Também não consta no Modelo o item número demissões, possibilidade para constatar a rotatividade na organização.

Sobre os empregados negros, nada é mencionado na versão do Certificado.

Quanto ao exercício da cidadania, até o nome é mais completo na versão do Modelo, que inclui “informações relevantes” em seu título. As informações excluídas no Certificado expõem as organizações em suas afinidades com os *stakeholders*, como a qualidade de suas relações com os empregados, a participação de quem nos resultados econômicos, as questões sindicais, bem como a forma de interação da organização com a comunidade e a relação com o meio ambiente.

É importante ressaltar que alguns itens não estão apresentados exatamente como no Modelo, porém constam no documento. Por exemplo, os indicadores do corpo funcional, no Certificado, estão logo abaixo dos indicadores do ambiente interno.

Reforça-se que esta é a comparação do balanço social para empresas de médio e grande porte, as demais empresas e entidades possuem documentos diferenciados. Contudo, também se diferenciam em alguns itens dos modelos dispostos pelo Balanço Social/IBASE.

Identificado modelo de balanço social a ser utilizado, o contador responsável pela empresa ou entidade preenche com os dados solicitados e encaminha à Comissão Mista.

Como forma de incentivar, a Comissão Mista concederá, a partir de 2009, uma Moção de Aplauso ao contador que assinar o balanço social.

A Assembléia Legislativa disponibiliza as dependências do Núcleo Social e um funcionário, que fica responsável por procedimentos como receber e enviar correspondências, arquivos, entre outros.

A partir da inscrição das organizações interessadas, a Comissão Mista utiliza-se dos critérios para fornecer a certificação de responsabilidade social. São eles:

- O balanço social ser preenchido na íntegra, não aceitando citações como “nd” (não disponível) ou afins;
- Constar uma declaração do representante legal que a organização que não utiliza mão-de-obra infantil, trabalho degradante e análogo à escravidão, não tem envolvimento com prostituição ou exploração sexual infantil ou adolescente e não está envolvida com corrupção;
- Os balanços sociais deverão ser acompanhados do “Relatório das Atividades Sociais” desenvolvidas pela empresa privadas ou entidade do terceiro setor ou “Relatório Social” para órgãos públicos, administração pública direta e indireta.

Sem esses critérios preenchidos, as empresas ou entidades não receberão o certificado e, conseqüentemente não estão aptas para disputar o Troféu Responsabilidade Social / Destaque MT. Cabe a Comissão Mista conferir a veracidade de todas as informações, podendo solicitar auxílio necessário.

Acompanhe na Tabela 4.1 a relação de empresas participantes do Certificado de Responsabilidade Social que já ocorreu em Mato Grosso. Das participantes, todas apresentaram o Balanço Social e declaração de não utilização de trabalho infantil ou análogo a escravo, sendo, portanto todas premiadas com o Certificado.

Em 2006, primeiro ano da Certificação de Responsabilidade Social, cinco organizações participaram, recebendo o Certificado de Responsabilidade Social em 11 de Dezembro. No ano seguinte, foram 18 empresas e entidades, todas recebendo a certificação em 24 de setembro. No terceiro ano da premiação, 24 empresas e entidades receberam o Certificado no dia 01 de dezembro.

Das cinco empresas que participaram inicialmente, todas se classificaram como médio/grande porte. Na descrição, a Itamarati é usina do setor sucroalcooleiro, a Marajá uma fábrica de refrigerantes, a UNIC está no setor de serviços como instituição de ensino superior.

Também no setor de serviços, porém na saúde, estão a Unimed localizada em Cuiabá e a Unimed localizada Tangará da Serra, interior do estado.

Tabela 4.2 Organizações participantes e premiadas pelo certificado por ano.

2006	2007	2008
1. ITAMARATI	1. AÇOFER	1. AÇOFER
2. MARAJÁ	2. AGROAMAZÔNIA	2. AGROAMAZÔNIA
3. UNIC	3. BOTICÁRIO	3. BIMETAL
4. UNIMED CUIABÁ	4. BPW	4. BIOLÓGICA
5. UNIMED TANGARÁ	5. BRASILTELECOM	5. BOTICÁRIO
	6. COMETA	6. BPW
	7. CRC/MT	7. BRASILTELECOM
	8. ELETRONORTE	8. CEMAT
	9. GRUPO MAGGI	9. COMETA
	10. ITAMARATI	10. CRC/MT
	11. MARAJÁ	11. ELETRONORTE
	12. MODELO	12. GRUPO MAGGI
	13. MT FOMENTO	13. ITAMARATI
	14. N SR ^a APARECIDA	14. MARAJÁ
	15. UNIC	15. MODELO
	16. UNIMED CUIABÁ	16. MT FOMENTO
	17. UNIMED TANGARÁ	17. N SR ^a APARECIDA
	18. UNITAS	18. SENAI
		19. SESC
		20. SESI
		21. UNIC
		22. UNIMED CUIABÁ
		23. UNIMED TANGARÁ
		24. UNITAS

Fonte: Comissão Mista.

Na segunda e terceira edição, foram utilizados todos os seis modelos de balanços sociais disponibilizados pela Comissão Mista, abrangendo pequenas, médias e grandes empresas, autarquias, empresas públicas e sociedade de economia mista, organizações do terceiro setor e instituições de ensino. Quanto aos ramos de atividades, são indústrias de transformação, serviços industriais de utilidade pública, serviços, comércio, administração pública e agropecuária.

4.1.3 O Troféu Responsabilidade Social - Destaque MT

De acordo com informações obtidas através do edital da Comissão Mista para o ano 2009, não há menção a entrega do Troféu Responsabilidade Social / Destaque MT, que consta na Lei 7.687/2002. Apesar disso, serão analisados os critérios para que as organizações o recebam.

Inicialmente, o Troféu seria distribuído em categorias: micro e pequena empresa; média empresa; grande empresa; organizações não governamentais (ONGs) que desenvolvem projetos sociais; ONGs que desenvolvem projetos culturais; ONGs que desenvolvem projetos de turismo e meio ambiente; ONGs que desenvolvem projetos educacionais; órgãos públicos. Torna-se claro que estas categorias diferenciam-se das quais as organizações se classificam para a inscrição. Por exemplo, na inscrição, a organização preenche o balanço social para empresas de médio e grande porte. Para receber o Troféu, ocorre a separação.

Para agraciar as empresas ou entidades com o Troféu, são vários aspectos analisados nas diferentes categorias. De acordo com a Lei 7.687/2002, para o “setor privado e ONGs”, constam pontos como:

- Impostos: taxas, contribuições e impostos federais, estaduais e municipais;
- Folha de pagamento bruta: valor total da folha de pagamento, incluídos os encargos sociais;
- Condições de pagamentos: higiene e segurança do trabalho, número de acidentes de trabalho e número de reclamatória trabalhista;
- Alimentação: restaurante, tíquete-refeição, lanches, cestas básicas e outros gastos com a alimentação dos empregados;
- Saúde: plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde;
- Educação: treinamento, programa de estágio, reembolso de educação, bolsas de estudos, creches, assinaturas de revistas, gastos com educação e treinamento de empregados e seus familiares;
- Aposentadoria: planos especiais de previdência privada, tais como fundações previdenciárias, complementações de aposentadoria e outros benefícios aos aposentados;

- Outros benefícios: participação nos resultados econômicos, seguros, empréstimos, gastos com atividades recreativas, transportes e outros benefícios oferecidos aos empregados;
- Contribuição para a sociedade: investimentos na comunidade nas áreas de cultura, esportes, habitação, saúde pública, saneamento, segurança, urbanização, educação;
- Defesa civil, pesquisa, obras públicas e outros gastos sociais na comunidade e preservação do meio ambiente, discriminando, inclusive, o número de horas destinadas por seu quadro funcional ao trabalho voluntário;
- Investimentos em meio ambiente: reflorestamentos, despoluição, gastos com introdução de métodos não poluentes, e outros gastos que visem à conservação e melhoria do meio ambiente, inclusive com educação e conscientização ambiental;
- Número de empregados: número médio de empregados no exercício (registrados no último dia do período);
- Número de admissões: admissões efetuadas durante o período;
- Políticas adotadas visando a diminuir a exclusão de determinados segmentos sociais: descrição sintética de políticas adotadas pela empresa no sentido de diminuir a exclusão social através da admissão social dos idosos, deficientes e outros, no seu quadro funcional.

Ocorre inconsistência entre diversos aspectos avaliados para premiar com o Troféu e os itens que são solicitados pelo balanço social. Por exemplo, no balanço social que as empresas devem preencher, não constam os itens sobre impostos, como foi apresentado anteriormente no quadro 1.1. Para receber o Troféu, seria a primeira parte analisada.

No parágrafo X, menciona saber o número de horas destinadas por seu quadro funcional ao trabalho voluntário. Tal informação não é possível através do documento.

No parágrafo XI, são considerados os investimentos no meio ambiente que visem à conservação e melhoria, porém no balanço social são apenas declarados os valores, mas não se menciona quais as ações, fator relevante para escolher os melhores projetos.

Sobre as políticas adotadas pelas empresas, no parágrafo XIV, para diminuir a exclusão social, fica inviável com a análise do documento, pois foram “excluídos” vários itens sobre exercício da cidadania, como diagnosticado anteriormente no quadro 1.1.

As divergências podem ser justificadas considerando a Lei 7.687/2002 ser uma adaptação da Lei 11.440/2000, referente à Certificação de Responsabilidade Social do Rio Grande do Sul. Nesse estado, ocorre a Certificação e também o Troféu de Responsabilidade Social/ Destaque RS. Para o balanço social da Lei 11.440/2000, são mais itens solicitados e

mais detalhados. Para o Troféu, a Comissão gaúcha baseia-se no Relatório de Responsabilidade Social, entregue junto ao balanço social.

Sérgio Ricardo INOUI¹⁴ (2009), presidente da Comissão Mista de Responsabilidade Social de Mato Grosso desde sua instituição (em 2007), esclareceu que as poucas empresas participantes não possibilitam a concorrência e das participantes se não foram preenchidos os requisitos necessários para agraciá-las conforme estabelecido. Por esse motivo, a Lei 7.687 relaciona a entrega do Troféu e seus critérios, mas a Comissão eliminou tal etapa do edital, “temporariamente”.

Um fato merece destaque através de análise: por ser utilizado o modelo do Balanço Social proposto pelo IBASE, por que foram realizadas alterações? Inoui¹⁵ (2009) esclareceu que as alterações no balanço social em relação ao modelo IBASE foram acordadas pela Comissão devido à complexidade do original, o que poderia causar “maiores restrições” aos interessados em participar.

Declarou ainda Inoui (2009) tratar-se de uma etapa inicial, portanto o interesse está em cativar o maior número de organizações participantes, promovendo a responsabilidade social no estado. Em suas palavras, “ser menos restritivo e mais qualitativo”.

Para uma prevista segunda etapa será então utilizada de critérios mais limitativos, inclusive para iniciar a premiação através do troféu.

Através das considerações finais dispostas no edital versão 2009, a Comissão Mista informa que a organização pode utilizar a certificação recebida em seus produtos, serviços ou formas afins, desde que ressalte de quem a recebeu e o ano. Menciona ainda que os balanços sociais sejam disponibilizados aos interessados, conforme preconiza seus fundamentos.

Acompanhe no organograma (Figura 4.1) a síntese da estruturação da Lei 7.687. Com recomendação do SINCON - Sindicato dos Profissionais de Contabilidade de Mato Grosso, a Assembléia aprovou a Lei 7.687, estabelecendo o Certificado de Responsabilidade Social em Mato Grosso.

Para encaminhar a premiação estabeleceu a Comissão Mista, constituída por entidades que representam vários segmentos no estado. A comissão elabora o edital, onde estabelece quais os critérios necessários para as organizações que tiverem interesse em participar receber o Certificado.

¹⁴ Entrevista concedida a autora em 19/05/2009, durante a realização do IV Seminário de Responsabilidade Social. A entrevista foi transcrita e arquivada.

¹⁵ Entrevista concedida a autora em 19/05/2009, durante a realização do IV Seminário de Responsabilidade Social. A entrevista foi transcrita e arquivada.

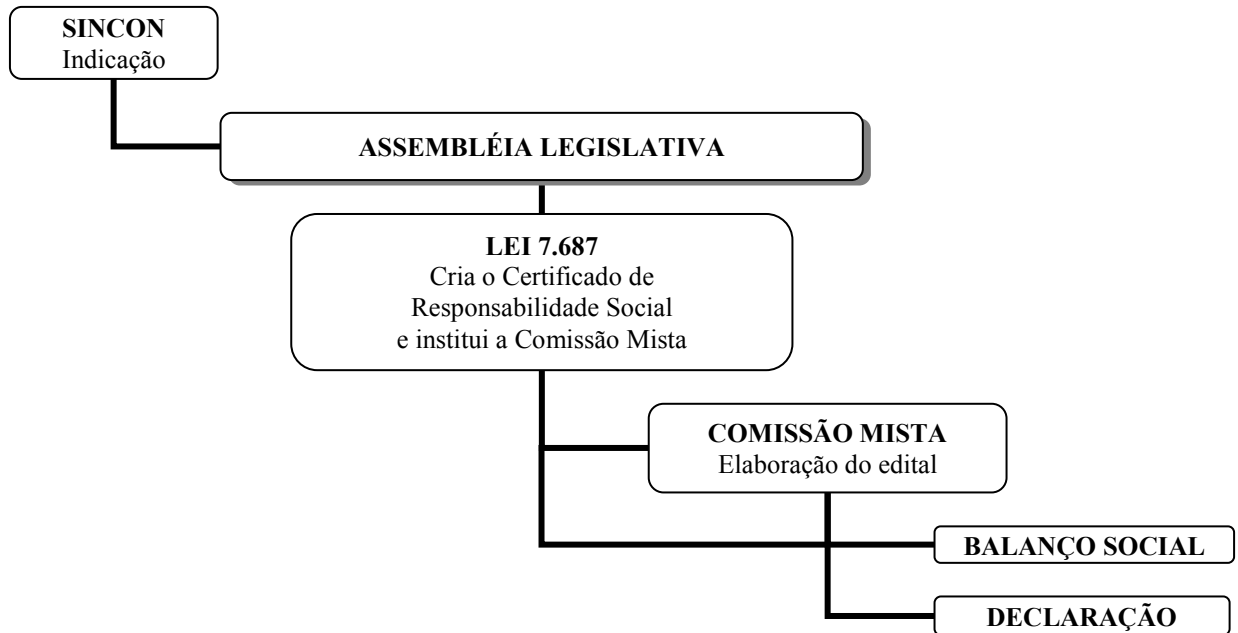


Figura 4.1 Organograma do Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso

Entre os critérios, como determinado na Lei, é apresentado o modelo do balanço social. Também é exigido Declaração de inexistência de trabalho infantil e escravo, incentivo a prostituição infantil ou adolescente e participação em atos de corrupção.

5 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

O propósito desta dissertação é a análise da difusão da responsabilidade social em Mato Grosso com base no Certificado de Responsabilidade Social, estabelecido pela Lei 7.687, passo ao qual será dedicado este capítulo.

A premiação instituída pela Assembléia Legislativa de Mato Grosso busca fomentar e disseminar o conceito de responsabilidade social pelo estado, entre outros objetivos que foram mencionados no capítulo IV. Contudo, a Lei 7.687 e os editais publicados pela Comissão Mista não fazem menção a um conceito de responsabilidade social. O fato de terem ocorrido três edições do Certificado, encaminhando para o quarto, alimenta a opinião de que a Comissão Mista possui um conceito legítimo sobre responsabilidade social. É a partir desta premissa que será investigada a premiação.

5.1 Elementos iniciais: a declaração e o balanço social

Nos três anos em que ocorreu a premiação, dos 47 balanços sociais inscritos para participar, todos os documentos foram aprovados e suas respectivas organizações receberam o Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso. A leitura que se faz, preliminarmente, é que todas as organizações que elaboraram o balanço social, portanto, são responsáveis socialmente.

A indagação está centrada em, não havendo um conceito instituído de responsabilidade social apresentado, como as organizações foram agraciadas com um Certificado de Responsabilidade Social? A justificativa pode ser respaldada pela polissemia que o tema apresenta.

Há, sobretudo, alguns pontos que são unívocos para o recebimento do Certificado e contribuem para uma formação inicial do conceito, como ser obrigatória a entrega da declaração do seu responsável legal afirmando que não utilizam mão-de-obra infantil, trabalho degradante e análogo à escravidão, não tem envolvimento com prostituição, exploração sexual infantil ou adolescente e não estarem envolvidas com corrupção.

Considere a declaração do presidente da empresa Bimetal, exposta no balanço social de 2008:

Mensagem do Presidente: Declaro que os valores apresentados foram extraídos do nosso sistema de gestão/operacional, onde os quais poderão ser comprovados através de documentos. A Bimetal, empresa líder de mercado em seu segmento atuando há mais de 15 anos a nível nacional respeita a sociedade a qual está inserida seu meio ambiente, seus colaboradores, governo e demais entidades, declara não utilizar mão-de-obra infantil, trabalho degradante e análogo a escravidão tão pouco tendo envolvimento com escravidão ou exploração sexual infantil ou adolescente. Respeitando as leis trabalhistas e legislação governamental.

Esta declaração citada foi realizada pela empresa Bimetal em seu balanço social entregue em 2008. Mesmo se tratando de uma declaração, os enfoques dados pelas entidades participantes podem ser diferenciados. Há um interesse perceptível de sobressair, representados de formas diversas. Veja os aspectos ressaltados na declaração do SESI:

Mensagem do Presidente: Para nós, o Balanço Social é uma ampliação na transparência e alcance da difusão das informações corporativas e tem como objetivo apresentar as principais iniciativas, metas e resultados alcançados durante o ano. Aproveitamos a oportunidade para declarar que: 1- A empresa não utiliza mão-de-obra infantil, trabalho degradante e análogo à escravidão, não tem envolvimento com prostituição ou exploração sexual infantil ou adolescente e não está envolvida com corrupção. 2- Nossa empresa valoriza e respeita a diversidade interna e externamente. (SESI - Balanço Social, 2008)

Na primeira declaração, a descrição da empresa, seu destaque no mercado foram enaltecidos. No caso do SESI, a relevância foi dada ao documento e sua representatividade. Em uma leitura “entre linhas” desta, é lembrado que documento tem o papel de difusor das ações das entidades. Não por acaso, o SESI tem destaque pelas suas ações sociais. Na verdade, esse é o motivo de sua existência (Serviços Sociais da Indústria).

Exigida pela Comissão Mista, em alguns casos a declaração foi feita no próprio Balanço Social. Algumas organizações optaram por fazê-la separadamente.

Além da declaração, o próprio balanço social é o outro ponto que une as organizações, no quesito responsabilidade social em Mato Grosso, portanto na elaboração do conceito. A importância do documento é ressaltada em todas as situações. Na elaboração da própria lei, já foi mencionado anteriormente, como indicação do Sindicato dos Profissionais de Contabilidade de Mato Grosso (SINCON), que se determina que o documento seja elaborado por um contador. Pela Comissão Mista, que nos critérios para o Certificado exige a apresentação do documento. Para isso, assegura que ele possibilita “identificar o perfil da atuação social das organizações participantes”.

O papel determinado para o balanço social converge, em partes, com os conceitos apresentados na apresentação teórica sobre ele. Para o IBASE, um dos difusores da sua utilização no país e no qual foi respaldada a elaboração dos modelos utilizados, o balanço social é um documento de gestão e de informação que visa evidenciar, da forma mais transparente possível, as informações econômicas e sociais do desempenho da entidade (IBASE, 2001). Assim, o documento está cumprindo a função pelo qual foi criado: ferramenta da responsabilidade social, porém enaltecido pelas circunstâncias em que é apresentado na Lei.

Contudo, a reflexão dos pontos unívocos que o Certificado apresenta por si só não possibilita determinar o discurso de responsabilidade social no estado, objeto desta pesquisa, apesar de gerar um conjunto de idéias que são compartilhadas pelas organizações participantes. É lícito recordar que esse conjunto de idéias é determinado pela Comissão Mista, ou seja, há um poder coercitivo instituído no “campo”, conforme definido por Bourdieu (2001).

Considerando que o balanço social é uma ferramenta à disposição da responsabilidade social (IBASE, 2001; TINOCO, 2001; KROETZ, 2000), deduz-se que sua análise possibilita diagnosticar, então, composição da responsabilidade social pelas ações então declaradas.

A afirmativa é relevante na elaboração do discurso de responsabilidade social em Mato Grosso: alguns componentes, como a inexistência de trabalho infantil e escravo, são exigidos pela Comissão Mista por se entender que contemplar um patamar mínimo sobre a responsabilidade. Porém, será através do balanço social que os objetivos expostos no edital ao qual o Certificado se propõe serão atingidos. Para relembrar, entre os objetivos para o Certificado estão: promover o debate público sobre responsabilidade social, difundir os conceitos, benefícios e ações de Responsabilidade Social e incentivar o reconhecimento de esforços conjuntos em busca de uma sociedade melhor, entre outros.

Assim, ao fazer uso do balanço social como ferramenta da responsabilidade social, a Comissão Mista também repassa às organizações a tarefa de elaboração de um conceito para o tema. Dessa forma, cada organização representará de maneira individual seu entendimento sobre responsabilidade social, porém dentro de alguns limites impostos pelo Certificado. Esses limites estão instituídos através da declaração exigida (assegurando não haver trabalho infantil, escravo e corrupção) e do próprio balanço social, ao indicar quais são os itens que o compõem. Demarca, portanto, através dos indicadores, quais são os limites aceitáveis. Donadone e Grün (2001) asseveram que o aspecto polissêmico de compartilhar apenas parcialmente determinado conceito garante um mínimo de acordo e evita uma crise na relação entre os componentes. Com isso, a Comissão não estaria criando situações que pudessem de alguma forma, constranger a premiação.

Dois aspectos, nesse sentido, devem ser considerados: primeiro, a Comissão Mista formulou os modelos dos balanços sociais. Contudo, se a organização participante não declarou nenhum investimento no indicador externo que se reporta à comunidade, nem por isso deixou de receber o certificado. Foi o que ocorreu com a *Business and Professional Women* (BPW), que não possui nenhum investimento no ambiente interno, até porque só possui um funcionário. Sua atuação, apesar disso, foi destacada como um dos “casos modelos” a serem discutidos posteriormente.

Segundo aspecto, os modelos de balanço sociais diferem de acordo com atuação da organização. No modelo para micro e pequenas empresas, por exemplo, não há espaço específico para investimentos financeiros junto ao meio ambiente. Somente há o item “outros”, que pode contemplá-lo. Portanto, há limitações.

Ocorre flexibilidade no primeiro caso e restrição no segundo, sendo ainda integrantes da composição para os limites aceitáveis que a Comissão Mista repassa aos participantes.

5.2 Identificação do perfil das organizações participantes

Uma pergunta implícita, que surge ao considerar a Lei 7.687 e com base no edital elaborado pela Comissão Mista: afinal, o que é premiado? Sustentado pelas reflexões realizadas até agora, é lícito afirmar que é premiada a “participação”, respeitados os limites estabelecidos. A organização que enviar o balanço social e a declaração recebe o Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso.

Todavia, para participar do Certificado, a empresa necessita considerar-se responsável socialmente. E é o balanço social que possibilitará “identificar o perfil da atuação social das organizações participantes” e formatar o conceito de responsabilidade social no estado utilizado pela Comissão Mista.

Para realizar esse processo de elaboração do conceito de responsabilidade social, inicialmente serão identificadas as organizações participantes. No total, trata-se de 24 organizações, sendo o grupo composto por empresas privadas de pequeno, médio e grande porte, instituições de ensino superior, organizações não governamentais, autarquias, empresas públicas, entre outras.

A tabela 5.1 apresenta as organizações participantes e informações de forma condensada, que serão analisadas na seqüência. O valor obtido na Receita Líquida, os gastos com a folha de pagamento e os investimentos financeiros realizados no ambiente interno, comunidade (ambiente externo/interação com a comunidade) e meio ambiente (ambiente externo/interação meio ambiente) são apresentados em “mil reais”. Assim, ao declarar 50, a organização terá investido R\$50.000,00 naquele item.

Inicialmente, a tabela 5.1 identifica quais as organizações que já participaram da premiação e receberam o Certificado de Responsabilidade Social em Mato Grosso.

Cinco organizações participaram desde a primeira edição do evento (Itamarati, Marajá, Unic, Unimed Cuiabá e Unimed Tangará). Outras treze somaram ao grupo na segunda edição e, em 2008, mais seis novas integrantes compuseram o grupo.

O primeiro item considerado - receita líquida - representa a variação das organizações participantes. Algumas, com valores superiores a um bilhão (Cemat e Maggi) e outras, com valores aproximados a um milhão (Biológica, CRC). A oscilação ocorrida em volume de receita e classificação das organizações participantes (como ONGs, Micro, Grande, Autarquia) justifica a preocupação da Comissão Mista com base nos modelos elaborados pelo Instituto Ethos, em criar modelos diferenciados. Isso porque, em momento

Tabela 5.1 Demonstrativo das organizações e seus principais indicadores em 2008.

Organização <i>(Valores em mil reais)</i>	Receita Líquida	Corpo Funcional	Folha Pgtto Bruta	Ambiente Interno	Comunidade	Meio Ambiente
AÇO FER IND. COM. DE PRODUTOS SIDERÚRGICOS LTDA.	87.016	515	5.704	1.750	113	354
AGROAMAZÔNIA PRODUTOS AGROPECUÁRIOS LTDA.	20.085	219	4.901	2.319	0	65
BIMETAL LTDA. INDÚSTRIA METALÚRGICA	74.014	712	3.471	3.126	61	7
BIOLÓGICA COM. MANIPULAÇÃO DE MEDICAMENTOS LTDA.	2.148	63	571	82	14	NI*
MATOS E MATOS LTDA. FRANQUIA O BOTICÁRIO	12.115	107	1.979	362	79	4
BPW ASSOC. MULHERES DE NEGÓCIOS E PROFISSIONAIS /ONG	151	1	3	0	150	NI
CEMAT CENTRAIS ELÉTRICAS MATOGROSSENSE/GRUPO REDE S/A	1.128.979	1.465	74.279	28.626	8.123	12.171
GRUPO COMETA - MOTOS MATO GROSSO LTDA.	37.539	85	1.477	150	3	0
CRC CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DE MT	2.720	0	536	91	20	0
ELETRONORTE CENTRAIS ELÉTRICAS NORTE DO BRASIL S/A	120.476	195	28.270	7.221	616	42
FARMÁCIA NOSSA SENHORA DE FÁTIMA LTDA	1.439	63	774	77	30	NC**
AGÊNCIA DE FOMENTO DO ESTADO DE MT S/A	NC	54	1.659	13	0	0
ITAMARATI S/A IND. ÁLCOOL, AÇÚCAR E ENERGIA ELÉTRICA	487.503	2.492	77.657	14.429	278	208
GRUPO ANDRÉ MAGGI S/A - AGRONEGÓCIO	2.027.945	2.986	72.200	26.121	1.833	645
REFRIGERANTES MARAJÁ S/A - FÁBRICA	24.702	204	2.453	1.034	65	132
SUPERMERCADO MODELO LTDA.	340.538	2.512	27.538	4.114	341	3.923
SENAI SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL	28.617	275	8.349	634	208	NC
SESC SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO	18.120	321	7.494	319	1.937	NC
SESI SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA	23.137	350	9.626	896	431	NC
BRASIL TELECOM S/A	546.284	221	9.192	3.855	529	7
UNIC - UNIÃO DAS ESCOLAS SUPERIORES DE CUIABÁ	157.651	1.667	52.450	1.680	NC	NC
UNIMED CUIABÁ COOPERATIVA DE TRABALHO MÉDICO	318.782	454	12.580	1.797	377	NI
UNIMED VALE DO SEPOTUBA COOP. DE TRABALHO MÉDICO	22.258	34	942	1.123	14	20
UNITAS UNIÃO DAS FACULDADES DE TANGARÁ DA SERRA	4.073	77	1.212	37	NC	NC

*NI: Não Identificado: Alguns modelos de balanços sociais não diferenciam os investimentos externos.
** NC: Não Consta. Alguns modelos de balanços sociais não disponibilizam nenhum item para identificar qualquer tipo de investimento externo (comunidade ou meio ambiente).

algum nas reflexões teóricas apresentadas, a responsabilidade social é correlacionada ao tamanho de empresa ou ramo de atividade. Visualizados a receita líquida, o número de funcionários e sua respectiva folha de pagamento, será analisado o investimento referente o ambiente interno, comunidade e meio ambiente. Esses três itens são a representação dos *stakeholders* aos quais as organizações se reportam. Nesta reflexão, devido à inclusão do meio ambiente, seria a versão mais moderna e menos divulgada da evolução da responsabilidade social em relação a seu público, na visão de Ashley (2005).

Perceptível na figura 5.1, o indicador de maior investimento financeiro é feito, substancialmente, no ambiente interno. Em um montante superior a R\$ 132 milhões, 75,28% foram destinados aos funcionários através de alimentação, segurança e medicina no trabalho, saúde e capacitação, etc. Outros 11,48% foram destinados a comunidade e finalizando, o valor aproximado de R\$ 17,5 milhões (13,25% do montante) destinados ao meio ambiente. A figura 5.1 representa visualmente os percentuais descritos.

■ Ambiente Interno ■ Comunidade ■ Meio Ambiente

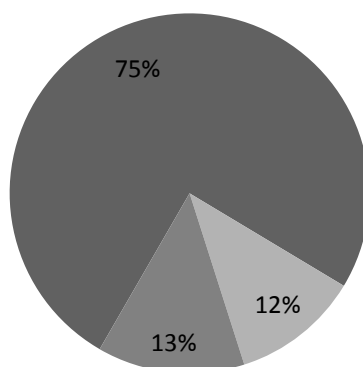


Figura 5.1. Distribuição dos investimentos.

Das 24 empresas e entidades que participaram e receberam o Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso em 2008, apenas uma não identificou investimentos no ambiente interno (BPW). Junto à comunidade, duas empresas não realizaram investimentos (Agro Amazônia e MT Fomento) e de outras duas não consta (UNIC e UNITAS), devido ao fato do balanço social não disponibilizar um item para identificá-los.

O meio ambiente, apesar de possuir maior percentual de investimentos do que a comunidade, contou com somente doze organizações investindo nele. Das outras doze, três

nada investiram e outras três não há possibilidade de identificar devido aos modelos de balanço social que utilizam.

5.2.1 Os *stakeholders*

Os indicadores - ambiente interno, comunidade e meio ambiente- estabelecidos através dos balanços sociais são os *stakeholders* “estipulados”, porque são determinados pela Comissão Mista. No anseio de identificar outros possíveis *stakeholders* que possam colaborar no diagnóstico de um conceito sobre responsabilidade social, foi realizada uma observação com auxílio de meios eletrônicos, como os endereços eletrônicos das organizações, da mídia e materiais publicitários. Desses materiais, alguns foram entregues nos III e IV Seminários de Responsabilidade Social. A observação teve a finalidade de identificar quais os *stakeholders* são identificados e reconhecidos pelas organizações, constituindo fonte de interesse por parte delas. Para rememorar, os conceitos apresentados para *stakeholders* mencionam as partes envolvidas pela atuação da organização e as partes que se julgam envolvidos por ela. Porém, cabe a organização a anuência a tal julgamento.

Destarte, tracejado a atuação das organizações que participaram em 2007 da Certificação de Responsabilidade Social, apresentam-se no gráfico 5.1 os principais envolvidos nela. Considerando as 24 empresas e entidades que receberam o Certificado de Responsabilidade Social em 2007, foram apontados os *stakeholders* para os quais, seja através de investimentos ou em apontamentos, houve alusão.

Pela análise das ações sociais e informações disponibilizadas, é possível conferir que tanto os colaboradores¹⁶ quanto a comunidade compõem os principais objetos de relação quando se trata de responsabilidade social. Portanto, legitima os indicadores expostos pelo documento balanço social, utilizado pelo Certificado.

A comunidade, que foi indicada também como sociedade, por algumas organizações é o motivo de sua existência, como as entidades de terceiro setor. Mesmo assim, grande maioria das empresas privadas, ao se reportar sobre responsabilidade social, dá maior ênfase à comunidade do que aos clientes, como é perceptível através do gráfico 5.1.

¹⁶ O termo “colaborador” refere-se a funcionário. Optou-se por mantê-lo pela alta frequência com que foi citado pelas organizações.

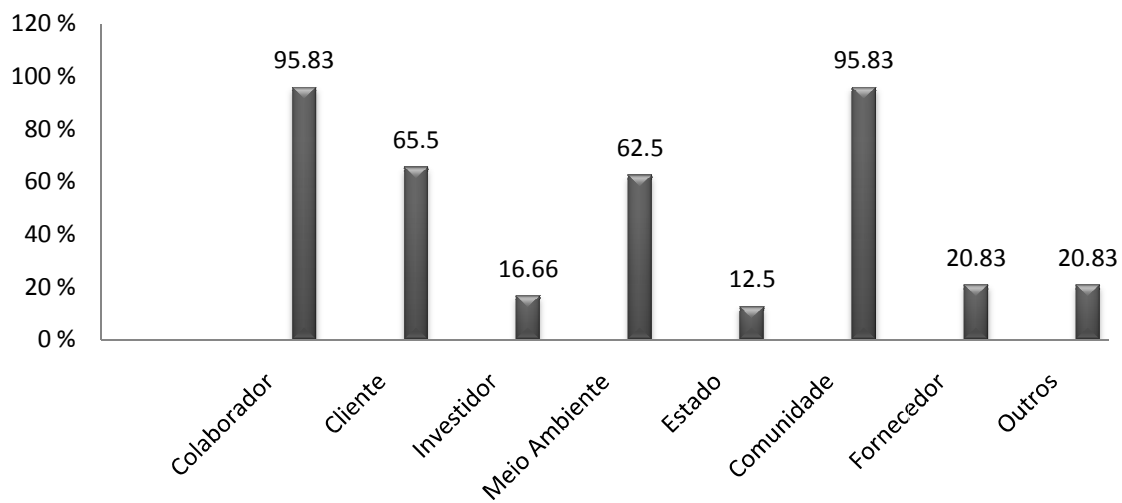


Gráfico 5.1 Valorização dos *stakeholders*

Os investidores também foram mencionados, mas é necessário recordar que parte considerável das empresas privadas é constituída por “cotas limitadas”, o que indica número limitado de proprietários/investidores.

O cliente demonstra ser interesse de 15 entidades ou empresas no universo de 24 pesquisadas. Muito próximo, com 62,5%, segue o elemento meio ambiente. O número indica que mais empresas acolhem o meio ambiente em seu discurso socialmente responsável, mas com base nos balanços sociais, não fizeram investimentos na área. Outro fator importante a ser mencionado é que, do valor aproximado de R\$ 17.500.000,00 investidos no meio ambiente, de acordo com os balanços sociais, R\$ 12.171.000,00 foram realizados por uma única empresa (Rede Cemat). Se essa empresa fosse desconsiderada, o montante investido teria uma redução aproximada de 70%. Assim, o meio ambiente ficaria em terceiro colocado, se aproximando mais do resultado visualizado na figura 5.2. A alteração evidencia a análise feita por Cappellin e Giuliani (2006), ao afirmarem que a conversão das organizações às questões ambientais é questionável e demonstra ser um processo bem complexo, envolvendo diferentes atores e dinâmicas.

O Estado, apesar de sua interferência direta nas ações de todos, foi mencionado por três organizações. No componente “outros”, estão inclusos concorrência (citada por uma empresa), parceiros e cooperados.

Com esta reflexão, é possível identificar a percepção das organizações participantes da premiação sobre os envolvidos por sua responsabilidade social. Incluem-se nesse ainda o respeito à legalidade, a não utilização de trabalho infantil, escravo ou análogo e

não compartilhar com atos de corrupção, constantes na declaração fornecida junto ao balanço social.

5.2.2 Ambiente interno

Os funcionários dispõem de benefícios e direitos previstos em lei. Através dos investimentos no ambiente interno, o balanço social possibilita obter alguns indícios de como são tratadas e valorizadas (ou não) as pessoas dentro das companhias. O gráfico 5.2 apresenta quais são os benefícios (voluntários ou não) que mais receberam investimentos pelas 24 empresas integrantes da premiação.

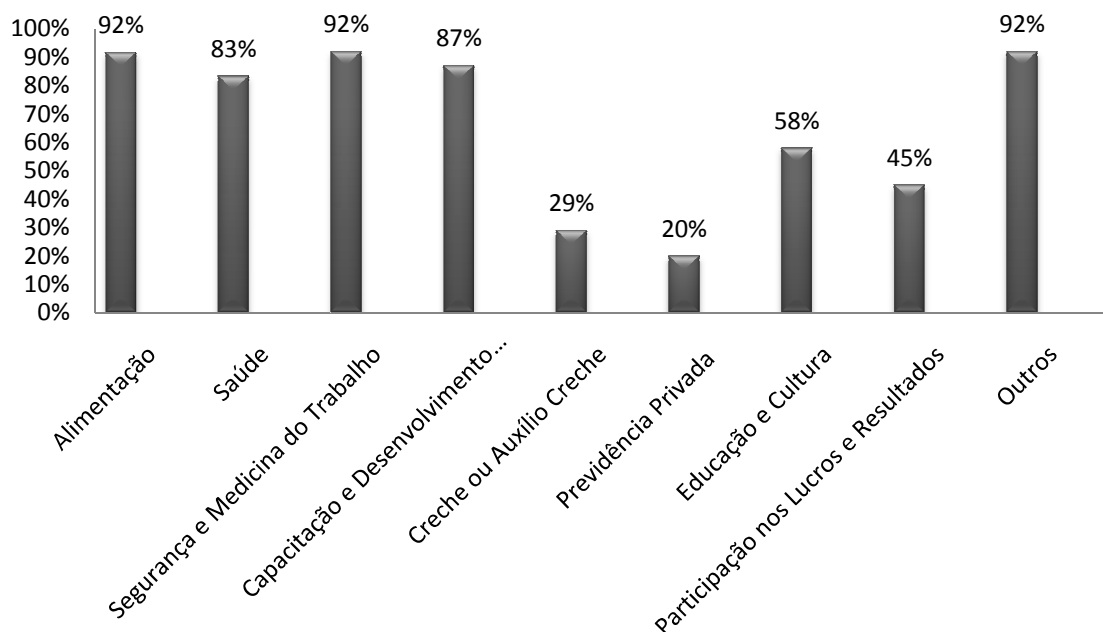


Gráfico 5.2 - Investimentos do ambiente interno.

Nesta análise, são diversas variáveis a serem consideradas. Das 24 companhias consideradas, somente duas não fizeram investimentos em alimentação ou segurança e medicina no trabalho.

Destaca-se que esses benefícios estão previstos em lei. A alimentação conta, inclusive, com um programa federal (PAT - Programa de Alimentação do Trabalhador) que incentiva tal benefício com dedução de até 4% no imposto de renda devido das empresas que desejarem participar. De acordo com o Ministério de Trabalho e Emprego (2009), em 2007

foram 1.363 empresas beneficiadas no estado de Mato Grosso. Empresas com a Usinas Itamarati e o Grupo Maggi constam cadastrados no programa.

O fator creche ou auxílio creche poderia ser restritivo, se considerado apenas destinados as mães. Esse é um benefício não voluntário, ou seja, consta na Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), criada pelo Decreto-Lei Federal nº 5.452, de 1 de maio de 1943. Os estabelecimentos em que trabalharemos pelo menos 30 mulheres com mais de 16 anos de idade deverão manter uma creche ou oferecer o auxílio para elas. Na análise deste trabalho, constatou-se que a grande maioria opta pelo auxílio creche, já que muitas não possuem nenhum investimento nesta área, apesar do corpo funcional feminino ser um montante considerável. Exemplo das Usinas Itamarati, com 184 funcionárias e da Agro Amazônia com 52 funcionárias.

Outro componente de grande diferenciação em uma empresa é a saúde. De forma geral, as organizações que oferecem convênios ou planos de saúde se destacam entre outras. No caso, vinte das 24 empresas oferecem alguma forma de benefícios na área da saúde.

O elemento “capacitação” é motivação de inúmeras discussões sob o aspecto trabalhista. Há um discurso nacional da necessidade de capacitação profissional para melhoria do emprego. Talvez por isso, somente três entidades não realizaram investimentos na área.

Sobre segurança e medicina do trabalho, a NR 7 (Norma Regulamentadora) estabelece a obrigatoriedade de elaboração e implementação, por parte de todos os empregadores e instituições que admitam trabalhadores como empregados, do Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), com o objetivo de promoção e preservação da saúde do conjunto dos seus trabalhadores. Nela estão inclusos os exames médicos admissional, periódico, de mudança de função e demissional. Considerando a obrigatoriedade impetrada em lei pela NR 7, foi constatado que todas as empresas e entidades participantes do Certificado contrataram e demitiram no período analisado, porém nem todas fizeram investimentos nesse item. Conclui-se, portanto, não estarem todas agindo de acordo com a lei.

A tabela 5.2 dispõe classificados os benefícios constantes no ambiente interno do balanço social como livre ou regulamentado em lei. Os primeiros benefícios os que as organizações realizam por interesse próprio, podendo ter várias fontes de motivação e os segundos são motivo de regulamentação do governo.

Também parte do discurso nacional nas questões trabalhista, a educação não foi motivação para maiores investimentos, assim como a previdência privada. Cabe uma

reflexão de que ambos não produzem efeitos imediatos, necessitam de tempo para apresentar resultados.

Tabela 5.2 Classificação dos benefícios

Benefício Livre	Benefício regulamentado em lei
Saúde	Alimentação
Capacitação e Desenvolvimento Profissional	Saúde e Medicina do Trabalho
Previdência Privada	Creche ou Auxílio Creche
Educação e Cultura	Participação nos Lucros e Resultados
Outros*	Outros**

* No item outros pode ser incluído a moradia, benefício oferecido espontaneamente.

** No item outros também pode ser incluído o transporte, que é regulamentado em lei.

O componente “outros” somaram investimentos como transporte, moradia, bolsa estágio e outros que não são mencionados na relação. Apenas duas organizações não realizaram algum desses de investimento.

A participação nos lucros e resultados é facultativa regulamentada pela lei federal nº 10.101, de 19 de dezembro de 2000. Nesse grupo, 11 organizações fazem uso desse instrumento que, de acordo com o texto da lei, serve como instrumento de integração entre o capital e o trabalho e como incentivo à produtividade.

Dentre os nove itens que nomeiam os investimentos internos, destaca-se o item saúde, apesar de não ser obrigatório, foi motivação para grande parte das organizações direcionarem sua atenção.

Na reflexão, pretende-se identificar entre quais ações os discursos de responsabilidade social convergem. Inicialmente, por meio da identificação das organizações que participaram do Certificado de Responsabilidade Social em 2008 em Mato Grosso, foi diagnosticado que os principais pontos de interesse são colaboradores, comunidade e meio ambiente.

Como os investimentos no ambiente interno demonstraram-se bem superiores, legitima-se a ênfase dada para os colaboradores quando se trata de responsabilidade social. Desses investimentos financeiros, os maiores montantes são destinados à alimentação, saúde, segurança e medicina do trabalho e também capacitação profissional. Há de se lembrar que alguns elementos são obrigatórios, elencados em lei, porém outros são voluntários. As organizações, de maneira indireta, visam à qualidade de vida de seus funcionários. Esse é o ponto de maior convergência entre elas ao se referir sobre responsabilidade social.

Conseqüentemente, é o entendimento que a Comissão Mista consente como um das bases na elaboração do conceito. Complementam essa elaboração o respeito à comunidade e ao meio ambiente. Os itens “clientes”, “Estado”, “investidor” ou “outros” não são mencionados em momento algum no balanço social. A exceção fica por conta dos fornecedores, questionando se são exigidos padrões éticos junto a eles. Um referencial está sendo moldado, mas alguns aspectos ainda necessitam ser interpretados.

Cappellin e Giffoni (2007) aduziram que a responsabilidade social ampliou-se apoiada na capacidade de mobilização de grupos e setores organizados, capazes de proporcionar a formação de porta-vozes que interpretam as exigências dispersas na sociedade. Esse papel de mobilização, representado pela Comissão Mista, tem o intuito de formar esses porta-vozes. Mas quem são esses?

5.3 A representatividade das organizações

Um fator intrínseco chama a atenção no grupo de empresas que compõem a premiação: a representatividade no mercado em que atuam. Por exemplo, Açofer, Bimetal, Agro Amazônia e Grupo Cometa são líderes no mercado estadual no ramo de atuação (produtos siderúrgicos, produtos agropecuários e indústria metalúrgica, venda de motos, respectivamente).

A Biológica é referência, em Cuiabá, no ramo de farmácia de manipulação, possuindo diversas filiais. No caso do Boticário, refere-se à loja destaque da franquia, também em Cuiabá. Esse fato ocorre ainda com o Supermercado Modelo, com a UNIC, entre outras.

Algumas entidades participantes são representações de classes profissionais, são ONGs (Organizações Não Governamentais) ou mesmo são organizações que, por determinadas circunstâncias, são únicas no estado. É o caso do CRC, da BPW, da Rede Cemat, Eletronorte, Brasil Telecom, entre outras.

Outras organizações têm representatividade nacional, como no caso da Usinas Itamarati classificada como terceira maior produtora de álcool na safra 2007/2008, de acordo com a União da Indústria de Cana de Açúcar (UNICA, 2009). Ainda a Rede Cemat (integrante do Grupo rede, destaque nacional no setor elétrico), Grupo André Maggi

(expressivo representante do agronegócio estadual e nacional). Todas as empresas são sociedade anônima, ou seja, tem o capital dividido em ações.

Várias organizações têm filiais ou similares espalhadas no estado. Porém, somente a matriz ou uma organização participou da premiação. Como exemplo, o SESI, SESC e SENAI (apenas das unidades da capital enviaram o Balanço Social), Grupo Cometa (a empresa representante do grupo é a Motos Mato Grosso, localizada em Cáceres), a Açofer (o documento refere-se às ações da matriz na capital do estado), etc. No caso, o caso de duplicidade ocorre com a Unimed Cuiabá e Unimed Vale do Sepotuba (Tangará da Serra).

Em um comparativo “atravessado”, ao somar a Receita Líquida (receita bruta excluída dos impostos, devoluções, abatimentos e descontos comerciais) das empresas participantes do Certificado em 2007, calcula-se um valor superior a R\$ 3,4 bilhões. No mesmo ano, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Produto Interno Bruto (PIB) de Mato Grosso foi de R\$ 37,4 bilhões. Ou seja, as 24 organizações que participaram da premiação são responsáveis por mais de 9% do PIB estadual em 2007.

Também pode ser considerada a representatividade em relação ao número de empregados. Em 2007, as organizações que receberam o Certificado de Responsabilidade Social contabilizavam mais de 15 mil funcionários, algo em torno de 2,6% dos empregos formais em Mato Grosso no mesmo período (superior a 571 mil, de acordo com dados da Fiemt- Federação das Indústrias no Estado de Mato Grosso).

A questão da representatividade das organizações, considerado neste momento individualmente, remete ao isomorfismo institucional apresentado por Powell e DiMaggio (1983), porque as organizações participantes do Certificado fornecem indicativos que anseiam mais do que clientes e recursos, anseiam por alcançar ou manter representatividade política e institucional.

Das organizações participantes e, conseqüentemente, receptoras do Certificado, três integram a Comissão Mista. É interessante destacar que outras integrantes, como a Federação das Indústrias no Estado de Mato Grosso (Fiemt), cujo representante é presidente da Comissão Mista, tem o balanço social disponibilizado em seu site (www.fiemt.org.br), porém não compartilha da premiação.

Esse aparte leva a reflexão da participação das organizações. As participantes têm destaque na imprensa estadual, pois a premiação envolve dois eventos muito divulgados pela mídia: inicialmente, o seminário de responsabilidade social, momento em que o edital da premiação é divulgado. É realizado na Assembléia Legislativa, contando inclusive com o

aparato jornalístico dela (filmagem, disponibilização no site, etc.). Além disso, algumas empresas apresentam suas ações, os considerados “casos” referências de sucesso em responsabilidade social. O segundo evento, organizado para entrega do Certificado para as entidades que foram escolhidas (leiam-se todas). Conseqüentemente, as organizações têm oportunidade de serem (re) conhecidas, legitimar suas ações e colaborar com sua reputação.

É o chamado “15 minutos de fama”, que na visão de Ashley e Chaves (2005) emerge da busca por uma nova legitimidade perante a sociedade e o mercado, embasada no mimetismo das organizações.

A constatação reforça o processo de difusão ao qual a responsabilidade social vivencia em Mato Grosso. Refrigerantes Marajá, Usinas Itamarati, Unic, Unimed Cuiabá e Unimed Vale do Sepotuba foram as primeiras a integrar o processo. Essas, por serem referências tanto no sentido financeiro como socialmente, legitimam a premiação, incentivando outras organizações a também participarem.

O processo de legitimação que ocorre no Certificado se incorpora também nas organizações participantes, proporcionando maior reputação a elas. A reputação, por sua vez, é uma inegável fonte de ganhos financeiros. O Instituto Ethos (2009) justifica que a adoção de uma postura clara e transparente no tocante aos objetivos e compromissos éticos da empresa fortalece a legitimidade social de suas atividades, refletindo-se positivamente no conjunto de suas relações. Em suma, a responsabilidade social legitimada gera reputação que leva a ganhos financeiros.

5.4 Casos exemplos da responsabilidade social em Mato Grosso

Conforme discorrido, a Assembléia Legislativa disponibiliza todos os recursos necessários para a realização da premiação com o Certificado. Isso inclui a disponibilização de um endereço eletrônico vinculado ao site oficial.

Os chamados que constam na página eletrônica dão indícios da intenção em realizar o Certificado. Observe:

Agora Mato Grosso vai reconhecer que sua ação é um exemplo! O Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso promove o reconhecimento público de organizações que desenvolvem projetos que promovam a qualidade de vida dos seus colaboradores, da comunidade onde ela está inserida e do meio ambiente.
(COMISSÃO MISTA, 2009)

Reconhecimento das ações é uma estratégia para disseminação da responsabilidade social no estado. Partindo desse princípio, a Comissão Mista convida organizações para apresentarem suas atuações no quesito responsabilidade social, algumas com referência nacional, como a empresa O Boticário e a organização não governamental (ONG) Brasil Gestão Florestal - Peugeot Citroën Brasil.

No evento denominado III Seminário de Responsabilidade Social, momento em que apresentou o Edital do Certificado de 2008, a Comissão convidou quatro organizações com residência em Mato Grosso para demonstrarem suas ações de responsabilidade social. Portanto, as organizações ainda não haviam se inscrito para participar naquela edição do Certificado.

Na seqüência, os denominados “casos modelos” que representam o entendimento da Comissão Mista sobre o tema serão analisados.

A primeira empresa a se apresentar foi a Açofer. O início de sua apresentação, realizada pelo superintendente Fernando Alves Kuzai, revela o ponto de vista primário dado pelas ações socialmente responsáveis da empresa: “Açofer: integrando a empresa à família”. A seqüência da exposição trouxe um relato histórico, logo vinculando os empregos gerados (aproximadamente 700 diretos em toda corporação) as ações desenvolvidas para os funcionários.

As ações destacadas no ambiente interno são: aniversariantes do mês, escola, datas especiais, programa de participação nos resultados, plano de saúde, plano odontológico, convênios e grêmio recreativo.

Dessas, as atividades “Aniversariante do Mês” e “Datas Especiais” (Festa do Trabalhador, Fim de Ano, Dia das Crianças, Dia da Mulher, Festa Junina) são exemplos dos momentos em que a família do funcionário é convidada a confraternizar na empresa, possibilitando formar e fortalecer um vínculo. O vínculo é especialmente valorizado pela empresa, como indica o lema: “Açofer: integrando a empresa à família”.

Ofuscadas pelas ações que a empresa direciona aos funcionários, outras ações foram mencionadas como “demais práticas de responsabilidade social”: treinamento de funcionários, negociação e diálogo com sindicatos, uso racional de energia elétrica, emissão de nota fiscal já adequada ao novo sistema de emissão de nota fiscal eletrônica, pós-venda, troca de produtos, parceria com o hemocentro para doação e coleta voluntária de sangue, apoio ao projeto Flauta Mágica, apoio ao projeto Família Feliz, projeto Menor Aprendiz, apoio e incentivo às práticas esportivas entre os colaboradores (corridas, campeonatos diversos de futebol).

Dois destaques nas outras ações da Açofer: com exceção do “uso racional de energia elétrica”, não há outro indicativo sobre a questão meio ambiente. No universo de “demais práticas”, ainda ocorrem outras ações direcionadas aos funcionários.

Todo esse empenho em relação a mão de obra da empresa ganha reforço quando Fernando Kuzai finaliza a apresentação:

Com base no princípio que o colaborador é o nosso maior patrimônio, é dever zelar pelo bem estar e pela valorização deste, que enquanto indivíduo, contribuí para a evolução da empresa, de seus familiares e de nosso estado, sendo merecedor de todas as nossas ações e de nossos sinceros reconhecimentos. (COMISSÃO MISTA, 2008).

A comunidade, com os apoios dado aos diversos projetos, e os empregados compõe a visão mais divulgada de responsabilidade social, a que se reportou Ashley (2005) ao discorrer sobre os públicos por ela envolvidos. Para a Açofer, primordialmente os empregados. Vale recordar que o Livro Verde (2001), elaborado pela Comissão Européia identifica os funcionários como principais *stakeholders* da empresa. Descreve ainda a importância do relacionamento com os sindicatos, que também são citados pela Açofer.

A segunda organização a apresentar seu caso foi a *Business and Professional Women* (BPW), uma organização não governamental especialmente destinada aos interesses de negócios e profissionais femininos.

Foi nesse sentido que transcorreu a apresentação da entidade, demonstrando sua atuação através do projeto intitulado “Gerenciamento Sustentável da Água por Mulheres das Comunidades de Cuiabá”.

O projeto, que conta com a parceria de outras diversas entidades pública e privadas, tem como objetivo desenvolver junto às comunidades de Cuiabá um programa de educação para o gerenciamento sustentável da água para mulheres, oferecendo cursos de capacitação para o gerenciamento da água e das condições de saneamento básico das comunidades. Para alcançar tais objetivos, a BPW lança mão dos seguintes dispositivos: palestras, cursos de capacitação/água, seminários, avaliação – questionários e o registro sistemático dos dados e ações através de cds e livro.

Como Organização Não Governamental (ONG), a BPW traz por meio de sua existência, a função social. O destaque fica por conta da primeira organização que destaca o crescimento sustentável, fator que pode ter contribuído sistematicamente para sua escolha de “*case modelo*” pela Comissão Mista.

Retomando ao fato das parcerias públicas privadas que a BPW fez para realizar o projeto “Gerenciamento Sustentável da Água por Mulheres das Comunidades de Cuiabá”, Sartore (2006) interpreta tais parcerias como a segunda fase da responsabilidade social no Brasil, denominada pela autora como estratégica. As entidades, com intuito de promover melhorias na qualidade de vida da sociedade, necessitam de investimentos financeiros para realizar as ações as quais se dispõem. Esses valores vêm principalmente das organizações privadas que mantêm algum tipo de interesses para realizá-los. Fecha assim um círculo estratégico, onde ambas as organizações encontram benefícios em mantê-las.

A Centrais Elétricas do Norte do Brasil S.A. – Eletronorte, sociedade anônima de economia mista e subsidiária da Centrais Elétricas Brasileiras S.A. – Eletrobrás, ou simplesmente Eletronorte, foi a terceira empresa a disponibilizar ao público interessado um relatório de sua atuação no quesito responsabilidade social.

Após apresentação da estrutura organizacional, o enfoque que partiu de suas políticas e diretrizes levou a missão da Eletronorte: “Atuar no negócio de energia elétrica com rentabilidade e responsabilidade socioambiental, contribuindo para o desenvolvimento do país”. Para complementar, os valores priorizados são: excelência na gestão, valorização das pessoas, comprometimento, aprendizado contínuo, empreendedorismo, ética e transparência.

Com um mapa estratégico muito bem elaborado pela Assessoria de Ação de Responsabilidade Social (GAR), a empresa usou como referência as Metas do Milênio¹⁷ criadas pela Organização das Nações Unidas (ONU).

O projeto “Implantação de horta comunitária em regime de comodato, para reduzir a zero a agressão ao meio ambiente na faixa de servidão da linha de transmissão Coxipó/Sinop 230 kV” tem como objetivo mesclar a redução zero de agressão ao meio ambiente e promoção da melhoria de qualidade de vida na comunidade de entorno. As estratégias constam de parcerias públicas privadas e com a comunidade, fornecendo subsídios necessários para formação da horta. A apresentação identificou também as dificuldades com a implantação do projeto, uma alusão de que ser socialmente responsável não está só vinculado a fatores positivos.

Como resultado, a Eletronorte expôs: horta/roças implantadas, zero de agressão ao meio ambiente (uma alusão ao lixo que era depositado embaixo das linhas de transmissão),

¹⁷ O Instituto Ethos também se reporta as Metas do Milênio. São elas: erradicar a extrema pobreza e a fome; atingir a universalização do ensino fundamental; promover a igualdade entre os sexos e a autonomia da mulher; reduzir a mortalidade infantil; melhorar a saúde materna; combater o HIV/AIDS, a malária e outras doenças; garantir a sustentabilidade ambiental; promover uma parceria mundial para o desenvolvimento.

seis famílias beneficiadas (alimentação, emprego-renda com a venda dos produtos, auto-estima), comunidade qualificada (seminários sobre lixo, qualificação para plantar). Para a comunidade, o projeto atingiu 69 pessoas através de produtos de qualidade e limpeza no bairro. Para a empresa, eliminação dos custos com a limpeza na faixa de servidão.

Um item nesta apresentação, também disponibilizada no endereço eletrônico da Assembléia Legislativa, é o empenho pessoal da Assessoria de Ação de Responsabilidade Social, outros funcionários e de pessoas e organizações externa, como a Prefeitura de Cuiabá para dar andamento no projeto. Principalmente pelas dificuldades financeiras (A verba disponibilizada pela matriz é limitada e precisa ser aprovada pelo Conselho Diretor).

Sustentabilidade, comunidade, interação público privada, questões financeiras são alguns dos assuntos inclusos em uma apresentação diferenciada de uma organização que é foco de observação intensa. Foco porque, como sociedade mista, há investidores interessados em saber como está a empresa ao qual destinaram seu dinheiro ou mesmo se é interessante investir nela. Ao mesmo tempo, organizações que se declaram defensores do meio ambiente - como Greenpeace¹⁸ - têm muito interesses em empresas que utilizam especialmente da natureza para gerar produtos ou serviços.

Esse pode ser um exemplo de crescimento sustentável ao qual Barbieri (2004) se refere quando interpreta as premissas de desenvolvimento sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU). O autor cita o pacto “intergerencial” e “intrageneracional”. Assim, o primeiro pacto responsável pelo gerenciamento e preservação dos recursos para as gerações futuras, no caso da Eletronorte estaria ocorrendo através do “zero de agressão ao meio ambiente”. No segundo pacto, responsável pelo atendimento das necessidades básicas de todos os seres humanos, pelo atendimento das seis famílias e também da comunidade local.

O último caso é do Grupo André Maggi, que possui uma fundação destinada a gerenciar suas questões de responsabilidade social.

A missão do grupo é definida como contribuir para o desenvolvimento do agronegócio, agregando valores, respeitando o meio ambiente e melhorando a vida das comunidades. A visão dela é ser uma empresa referência no desenvolvimento sustentável. Dos casos modelo apresentados, ela foi a única que separou as ações desenvolvidas no ambiente interno, na comunidade e no meio ambiente, não enfatizando apenas uma área.

¹⁸ Greenpeace se declara como uma organização global e independente que atua para defender o meio ambiente e promover a paz, inspirando as pessoas a mudarem atitudes e comportamentos. Saiba mais no endereço: <www.greenpeace.org/brasil>

Apesar de não serem ressaltados na missão, os funcionários são denominados “colaboradores” e a responsabilidade social interna é “baseada no respeito ao ser humano e à sua diversidade, na transparência de suas ações e no desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores” (COMISSÃO MISTA, 2008). Como destaque nesta área, encontra-se levantamento socioeconômico completo de todos os colaboradores, o código de ética e conduta e participação dos colaboradores na política social do grupo. Ao justificar o levantamento socioeconômico, a empresa argumenta que é imprescindível saber como estão seus funcionários, porque eles compõem a “família”.

O meio ambiente recebe especial atenção pelo Grupo André Maggi. Suas ações estão focadas nas certificações da ISO 14.001 e do Selo Verde, considerado pelo grupo como “ponto definitivo do compromisso assumido de preservar o Meio Ambiente”.

A Fundação André Maggi é a responsável por investimentos realizados em hospitais, creches, construção de usina de beneficiamento de leite de soja, apoio a grupos de dança, coral, entre outros. A ênfase é dada à realização de seleção pública de projetos sociais, onde a Fundação abre edital para todos interessados em “patrocínios”, selecionando com base nos critérios estabelecidos.

Um aparte referente às Fundações mantidas por Empresas se faz pertinente neste momento. Fabião (2003), após analisar teórica e empiricamente características do fenômeno de responsabilidade social, interpretou que o compromisso ético destacado pelas empresas é “instrumentalizado” pelas estratégias de negócio, ao invés de ser integrarem elas. Amparado na instrumentalização da ética, suas pesquisas dão indícios que as relações entre as empresas e a sociedade civil são muito hierarquizadas, onde ocorre uma determinação quase unilateral de procedimentos e metas (convencionalmente chamada de racionalidade estratégica). Assim, essas organizações são sustentadas pelas empresas que tornam os investimentos sociais eficazes, ou seja, atingem resultados mensuráveis, seja para a população beneficiada, seja para a imagem da empresa. Os objetivos aos quais as Fundações se propõem

Se considerada a Fundação André Maggi, a eficácia dos investimentos estrategicamente realizados é bem destacada, o que contribui imensamente para a imagem da empresa mantenedora.

Retomando, a declaração de que colaboradores formam uma família (como foi mencionado nas apresentações Açofer e AMaggi, considerando-se família Açofer e família AMAGGI) transmite uma conotação de empresa cidadã, respalda pelos preceitos éticos (as duas possuem código de ética) que buscam se amparar nos fundamentos da responsabilidade

social. Vem ao encontro dos objetivos expostos pela Comissão Mista, em especial para a sociedade adotar postura cidadã.

A apresentação dos casos, escolhidos pela Comissão Mista pressupõe o entendimento de responsabilidade que desejam (re) transmitir às organizações participantes. A figura 5.2 ilustra quais os componentes enfatizados por suas respectivas organizações.

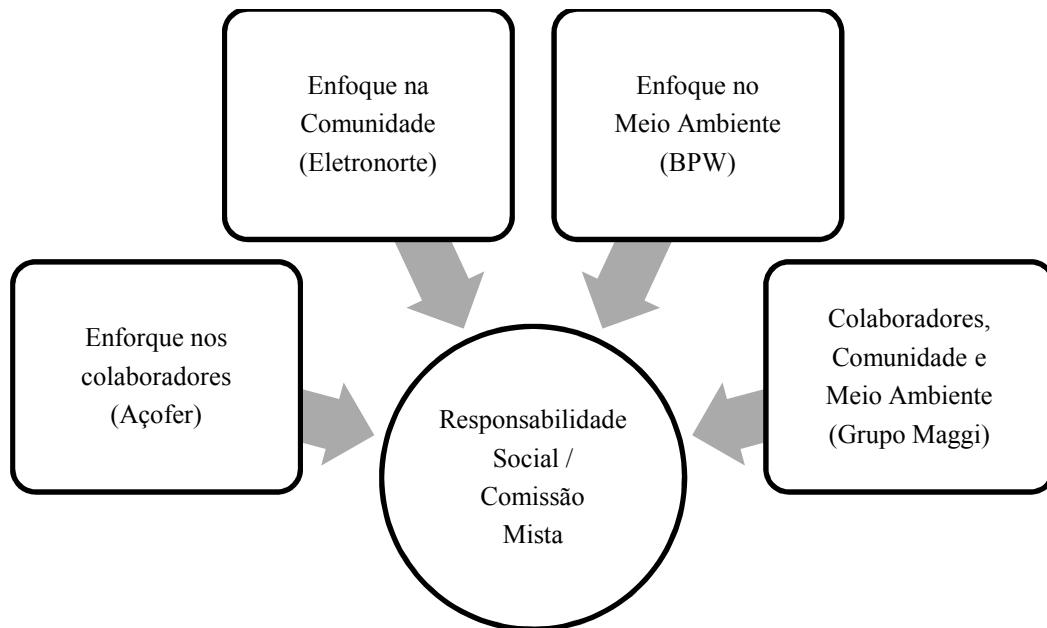


Figura 5.2 Componentes principais da responsabilidade social.

Os *stakeholders* destacados pelas organizações sustentam a compreensão que a Comissão Mista faz sobre responsabilidade social. Ao consentir ou incentivar essas organizações escolhidas em divulgarem suas interpretações sobre o tema, a Comissão acata tais interpretações e repassa como suas.

6 CONCLUSÕES

As instituições parlamentares brasileiras se utilizam de vários artifícios para registrar a aprovação de ações benéficas desenvolvidas por pessoas ou mesmo organizações: moção de aplauso, cidadão honorário, troféus, certificados, entre outros. O Certificado de Responsabilidade Social, instituído pela Assembléia Legislativa de Mato Grosso, promove o reconhecimento público das instituições, empresas, órgãos públicos e Organizações Sociais de Interesse Público (OSCIPs).

Mas o Certificado não se limita a promover as entidades socialmente responsáveis, como também se propõe a causar a difusão dos conceitos, benefícios e ações de Responsabilidade Social no Estado do Mato Grosso. É sob tal perspectiva que a pesquisa foi realizada, no anseio de buscar quais os componentes principais da responsabilidade social na concepção do Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso.

A pesquisa contou com participações em seminários relacionados ao Certificado, o que possibilitou diagnosticar um fator de interferência relevante no estudo. A Lei 7.687 que estabelece a criação do Certificado de Responsabilidade Social em Mato Grosso, de autoria de três deputados, foi indicação dos profissionais de contabilidade. Foi constatado que o Sindicato dos Profissionais de Contabilidade de Mato Grosso (SINCON/MT) teve atuação decisória na aprovação da lei, uma reprodução adaptada da Lei de Responsabilidade Social do Rio Grande do Sul, apresentada ao legislativo mato-grossense pelos profissionais da contabilidade.

Tal fator revela uma face que, se não conhecido, possibilita indagações. A lei cria o Certificado de Responsabilidade Social, apresentando como um dos objetivos difundirem conceitos, benefícios e ações de Responsabilidade Social no Estado do Mato Grosso. Porém, a mesma lei não apresenta nenhuma menção a qualquer espécie de concepção sobre o tema. Apenas estabelece que, para receber o Certificado, é imprescindível a entrega do balanço social.

O conceito de balanço social adotado nesta pesquisa pressupõe ser um demonstrativo que reúne um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade (IBASE, 2008). Assim, trata-se de uma ferramenta à disposição da responsabilidade social, como afirmam Tinoco (2001) e Kroetz (2000).

Considerada como ferramenta de apoio pelos autores não minimiza a ênfase dada ao balanço social pelo Certificado, que é encontrada em diversos momentos: no endereço eletrônico disponibilizado para a premiação, no corpo da Lei 7.687, no edital do Certificado elaborado pela Comissão Mista e, especialmente, a subordinação do Certificado à entrega do documento. Além disso, está previsto para 2009 a entrega da Moção de Aplauso aos profissionais contábeis que assinarem o referido documento. Isso porque, conforme previsto em Lei, o profissional contábil deve ser assinar o documento, sob pena de não poder participar do Certificado. É necessário ressaltar que em momento algum foram encontradas manifestações explícitas da priorização do profissional, porém todos os caminhos para a premiação passam obrigatoriamente pelo documento e a exigência de um contador responsável. Também cabe destacar que não há, por parte da Comissão Mista, nenhuma conferência para verificar se o conteúdo declarado é real (por exemplo, verificação dos valores investidos junto à comunidade por intermédio de um projeto).

A identificação nos remete a um segundo resultado obtido pela pesquisa. Sendo a quarta edição do certificado, em 2009, os Certificados de Responsabilidade Social analisados entregues anteriormente demonstram que a “participação” confere o direito à premiação. O edital proposto pela Comissão Mista (2008/2009) determina que a entrega do balanço social (devidamente assinado pelo contador) e a entrega de uma declaração (assegurando a não utilização de mão de obra infantil, de trabalho análogo a escravidão, exploração sexual infantil e corrupção) compõe a percepção de responsabilidade social do Certificado. Isso porque, apresentando esses dois elementos, independente das descrições constantes no balanço social, as organizações estão aptas para receberem a premiação.

Autores como Jobim (2005) e Ventura (2005) descrevem a responsabilidade social um conceito em construção. Contudo, com base nas informações declaradas em alguns balanços sociais, há indícios de que questões previstas em leis (referindo-se a legislação trabalhista) não foram respeitadas, o que pode deturpar o processo de construção.

Faz-se importante ressaltar que os modelos de balanços sociais disponibilizados omitem diversos itens constantes nos modelos originais, provindos do IBASE/Balanço Social, como questões ligadas à cidadania, classes minoritárias e ao meio ambiente. A alegação para tal procedimento é de que, devido à intenção de expandir a premiação (considerando o Certificado estar apenas na quarta edição), tais exigências podem “restringir” a participação dos interessados.

A reflexão sobre o meio ambiente em Mato Grosso, pela repercussão que abrange inclusive entidades internacionais e repercute também na economia, foi enfraquecida

no balanço social apresentado pela Comissão Mista. A intenção de não restringir organizações na participação do Certificado coloca em evidência situações que deveriam ser fortalecidas pela responsabilidade social, como o meio ambiente, a participação de classes minoritárias (como mulheres e negros) e o respeito às leis que envolvem os funcionários.

Apesar dessas evidências, ainda há um Certificado que se propõe a difusão da responsabilidade social. Então, têm-se mais um resultado: o conceito de responsabilidade social advém das organizações participantes, somados aos dois elementos já identificados (balanço social e a declaração). Retomando os dados obtidos na pesquisa, os destaques são para os seguintes *stakeholders*: funcionários, meio ambiente e comunidade. No recorte “funcionários”, as prioridades são alimentação, saúde, segurança e capacitação. Porém, as interpretações de responsabilidade social apresentadas pelas organizações participantes demonstram o aspecto polissêmico que a envolve.

É lícito concluir que o Certificado é amparado por um discurso de qualificações favoráveis, intrínseco, de que a responsabilidade social exercida pelas organizações participantes promove a qualidade de vida dos seus colaboradores, da comunidade onde ela está inserida e do meio ambiente. Contudo, vinculado e limitado à entrega do balanço social e declaração. Esse discurso pode ser interpretado como estratégico, como discorrem Cappellin e Giuliani (2006) e Sartore (2006), onde iniciativas de responsabilidade social podem ser usadas para aumentar vantagens competitivas, administrar riscos e a zelar pela reputação.

Se considerado que a Lei 7.687 foi criada por sugestão de uma classe profissional, com intuito de divulgar o balanço social e sua respectiva necessidade de elaboração através desses mesmos profissionais, também se tem uma abordagem estratégica. Além disso, a participação das organizações, que reconhecidas em um evento promovido por uma instituição de representação singular no estado, também pode ser considerada estratégica. Assim como a promoção do Certificado pela Assembléia Legislativa, que no campo em que está inserida, vislumbra boas perspectivas - e destaca seus responsáveis - por assumir tal papel.

Apesar das considerações, a responsabilidade social tem demonstrado sua difusão por ocorrência do Certificado. O evento que inicialmente contou com cinco organizações participantes (2006), na quarta edição (2009) teve o número de inscrição elevado para trinta e três. Ressalta-se que na disponibilização dessa informação pela Comissão Mista no endereço eletrônico mantido para tal finalidade, são mencionados os

nomes das organizações, endereços, nome da diretoria e nome do contador responsável. Não há menções a ações praticadas.

O reconhecimento das ações socialmente responsáveis, identificadas através do balanço social, em evento de magnitude estadual e contemplado através do Certificado, promove a difusão do tema na mesma escala ou mais. Junto à responsabilidade social, promove seus envolvidos, sejam eles organizações, profissionais ou parlamento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALONSO, F. R.; LÓPEZ, F. G.; CASTRUCCI, P. L. **Curso de Ética em Administração**. São Paulo: Atlas, 2006.
- AMAZONAS. **Lei 2.843** de 31 de outubro de 2003. Cria o Certificado de Responsabilidade Social para empresas estabelecidas no âmbito do Estado do Amazonas e dá outras providências. Disponível em: <www.aileam.gov.br>. Acesso em maio/2008.
- ASHLEY, P. A. **Uma revisão da literatura contemporânea sobre responsabilidade social corporativa**. In: _____ (Org.). **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2002.
- ASHLEY, P. A. “A mudança histórica do conceito de responsabilidade social empresarial”. In: _____ (coord.), **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005. p. 44-65.
- ASHLEY, P. A.; CHAVES, J. B. L. **Racionalidades para a ética empresarial e a gestão da empresa cidadã**. In: _____ (Org.). **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005, v. , p. 17-41
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14001: Sistemas de gestão ambiental- Especificação e diretrizes para uso**. Rio de Janeiro: ABNT, 1996.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 16001: Responsabilidade social - Sistema da gestão - Requisitos**. Rio de Janeiro: ABNT, 2004.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS FABRICANTES DE BRINQUEDOS (ABRINQ). **Fundação ABRINQ**. Disponível em: < <http://www.fundabrinq.org.br>>. Acesso em Julho/2009.
- BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial - conceitos, modelos e instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2004.
- BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO (BOVESPA). **Índice de Sustentabilidade Empresarial - ISE**. Disponível em: <www.bovespa.com.br>. Diversos acessos: março/2008 a julho/2009.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Diefel / Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- BRASIL. **Lei nº 6.321**, de 14 de abril de 1976. Criação do PAT - Programa de Alimentação do Trabalhador. Regulamentado pelo Decreto nº 5, de 14 de janeiro de 1991, priorizam o atendimento aos trabalhadores de baixa renda (até cinco salários mínimos mensais).
- CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO. **Selo Empresa Cidadã**. Disponível em: < <http://www.camara.sp.gov.br>>. Acesso em Julho/2009.
- CAPPELLIN, Paola; GIFFONI, Raquel. **As empresas em sociedades contemporâneas: a responsabilidade social no Norte e no Sul**. Cadernos do CRH (UFBA), v. 20, p. 419-434, 2007.
- CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, G. M. **A economia política da responsabilidade empresarial no Brasil: as dimensões social e ambiental**. Instituto de Pesquisas das Nações

Unidas para o Desenvolvimento Social (UNRISD). Estudo número 14, 2004 (inglês); 2006 (versão em português).

CARROLL, A. B. **A three dimensional conceptual model of corporate social performance.** Academy of Management Review. v. 4, p. 497-505, 1979.

CARROL, A. B. BUCHHOLTZ, A. K. **Business and society: ethics and stakeholder management.** 5th ed. Cincinnati: Ohio. Thomson Soutl - Western, 2003.

CLARKSON, M. B. E. **A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance.** The Academy of Management Review. Briarcliff Manor, 20, iss 1, 1995.

COMISSÃO MISTA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL - MT. **Edital do Certificado de Responsabilidade Social - 2008.** Disponível em: <<http://www.al.mt.gov.br/v2008/Raiz%20Estrutura/responsabilidadesocial/>>. Diversos acessos: maio/2008 a julho/2009.

COMISSÃO MISTA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL - MT. **Edital do Certificado de Responsabilidade Social - 2009.** Disponível em: <<http://www.al.mt.gov.br/responsabilidadesocial/>>. Diversos acessos: maio 2009 a setembro/2009.

COSTA, E. H. **Fundamentos de responsabilidade social empresarial.** Rio de Janeiro: La Salle, 2007.

CURY, A. **Organização e métodos: uma visão holística - perspectiva comportamental e abordagem contingencial.** 7. ed. São Paulo, Atlas, 2000.

DAINEZE, M. A. **“Códigos de ética empresarial e as relações da organização com seu público”.** In: INSTITUTO ETHOS. Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades, v. III. São Paulo: Peirópolis, 2004. p. 75-118.

DIAS, R. **Gestão ambiental - responsabilidade social e sustentabilidade.** São Paulo: Atlas, 2006.

DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. **The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields.** American Sociological Review, v.48, p.147- 60, 1983.

DONADONE, J. C.; GRÜN, R. **Participar é preciso! Mas de que maneira?** Revista Brasileira de Ciências Sociais - Vol. 16 Nº. 47. Outubro/2001.

DONALDSON, T.; PRESTON, L. E. **The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications.** Academy of Management Review, Ohio, v. 20, p. 65-91, 1995.

DRAGONI, Fátima. Entrevista. Local: Assembléia Legislativa /MT. 19 de Maio de 2009.

DUARTE, G. D.; DIAS, J. M. A. M. **Responsabilidade social: a empresa hoje.** Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1985.

FABIÃO, M. F. **O negócio da ética: um estudo sobre o terceiro setor empresarial.** In: Instituto Ethos & Jornal Valor. (Org.). Responsabilidade Social das Empresas. São Paulo: Peirópolis, 2003, v. 2, p. 43-75.

FERREIRA, A. B. H. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa.** 3. ed. rev. atual. Curitiba: Positivo, 2004.

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

FRIEDMAN, M. **The social responsibility of business is to increase its profits.** New York Times Magazine. September 13th 1970.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1991.

HANDY, C. “Para que serve uma empresa?”. *In: Harvard Business Review. Ética e responsabilidade social nas empresas.* Tradução Afonso Celso da Cunha Serra. 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.p.118-133.

INOUI, S.R. Entrevista. Local: Assembléia Legislativa de Mato Grosso. 19 de Maio de 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE PESQUISAS ECONÔMICAS E SOCIAIS. **Balanco social.** Disponível em: < <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Diversos acessos: março/2008 a julho/2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE PESQUISAS ECONÔMICAS E SOCIAIS. **Balanco social: o desafio da transparência.** 2008. Disponível em: <<http://www.balancosocial.gov.br>>. Diversos acessos: março/2008 a julho/2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE PESQUISAS ECONÔMICAS E SOCIAIS. **Quem somos.** Disponível em: <<http://www.ibase.br/modules.php?name=Conteudo&pid=24>>. Acesso em Janeiro/2009.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social.** Disponível em: http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/temas/publico_interno1.asp>. Acesso em Maio/2009.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social: elaboração de relatório.** Disponível em: <http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/guia_relatorio/default.htm> Acesso em setembro/2008.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social: resultados.** Disponível em: <http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/resultados/resultados_2006/ethos/introducao.asp> Acesso em Fevereiro/2009.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Metas do milênio.** Disponível em: <http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/metas_do_milenio.pdf>. Acesso em Abril/2009.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **O que é responsabilidade social.** Disponível em: < http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx>. Acesso em Maio/2009.

JENSEN, M. **Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function.** Journal of applied corporate finance, [S.l], v. 14, n. 3, p. 8-21, Fall 2001.

JOBIM, C. **Clima ético e responsabilidade social: avaliação dos empregados sobre a relação das empresas com seus stakeholders.** 2005. Disponível em: <www.ethos.org.br> Acesso em 25 de julho de 2008.

KREITLON, M. P. **A ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial.** *In ANAIS DO XXVIII ENANPAD –*

Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. Curitiba, 2004.

KROETZ, C.E.S. **balanço social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LETTIERI, C. C. S. Quem realmente interessa às empresas? In: **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. v III. São Paulo, Peirópolis: 2004.

LIVRO VERDE: **Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas**. UNIÃO EUROPÉIA, 2001. Disponível em: <<http://europa.eu/scadplus/leg/pt/cha/c00019.htm>> Acesso em janeiro de 2009.

MAIMON, D. **Passaporte verde: gestão ambiental e competitiva**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.

MATO GROSSO. **Lei nº 7.687**, de 25 de junho de 2002. Cria o Certificado de Responsabilidade Social no Estado de Mato Grosso e dá outras providências. Disponível em: <http://www.al.mt.gov.br/responsabilidadesocial>>. Diversos acessos: março/2008 a julho/2009.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **PAT - Programa de Alimentação ao Trabalhador**. Disponível em: < http://www.mte.gov.br/pat/relatorios_ant_2008.asp> Acesso em Maio/2009.

NORMA REGULAMENTADORA - **NR 7**. Disponível em: < http://www.mte.gov.br/legislacao/normas_regulamentadoras/nr_07_at.pdf>. Acesso em Maio/2009.

PENSAMENTO NACIONAL DAS BASES EMPRESARIAS (PNEB). Disponível em: < <http://www.pnbe.org.br>> Acesso em Junho/2008.

QUELHAS, O. L.G., ALLEDI FILHO, C. e MEIRIÑO, M.J. **Responsabilidade social, ética e sustentabilidade na engenharia de produção**. In: Introdução à Engenharia de Produção. Organização: M. O. Batalha. São Paulo: Campus, 2007.

RIO GRANDE DO SUL. **LEI nº 11.440**, de 18 de janeiro de 2000. Cria o Certificado Responsabilidade Social - RS - para empresas estabelecidas no âmbito do Estado do Rio Grande do Sul e dá outras providências. Disponível em: <http://www.al.rs.gov.br/>>. Diversos acessos: março/2008 a julho/2009.

SARTORE, M. S. **A inserção da responsabilidade social do setor bancário no contexto da governança corporativa**. 2006. 91 p. Dissertação. Programa de Pós-Graduação de Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos.

SILVA, C. A. T.; FREIRE, F. S. (org); **Balanço social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2001.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. **Administração da produção**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SOARES, G.M.P. **Responsabilidade social corporativa: por uma boa causa!?** *RAE-eletrônica*, v. 3, n. 2, Art. 23, jul./dez. 2004. Fundação Getúlio Vargas. – Escola de Administração de Empresas de São Paulo.

SOBREIRA, R.R. **A Preservação do cerrado no contexto da responsabilidade social das organizações: o caso do Instituto do Trópico Subúmido da Universidade Católica de Goiás**. 2002. 88p. Dissertação. Programa de Pós-Graduação de Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina.

SOUZA, S.R.R.K. **A rotatividade e as condições de trabalho dos profissionais de enfermagem: um enfoque da ergonomia.** 2003.139 p. Dissertação. Faculdade de Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina.

SROUR, R. H. **Poder, cultura e ética nas organizações.** Rio de Janeiro: Campus, 2005.

SROUR, R. H. **Ética empresarial.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

TACHIZAWA, T.; ANDRADE, R. O. B.; **Gestão Socioambiental: estratégias na nova era da sustentabilidade.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

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

UNIÃO DA INDÚSTRIA DE CANA DE AÇÚCAR (ÚNICA). Disponível em: <<http://www.unica.com.br/dadosCotacao/estatistica/>>. Acesso em Maio/2009.

VAZQUEZ, A. S. **Ética.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

VENTURA, E. C. F. **Dinâmica de Institucionalização de Práticas Sociais: Estudo da Responsabilidade Social no Campo das Organizações Bancárias.** 2005. 351p. Tese. Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa (CFAP) da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE).

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2003.