



Revista Universo Contábil, ISSN 1809-3337
Blumenau, v. 7, n. 4, p. 138-155, out./dez., 2011

doi:10.4270/ruc.2011435

Disponível em www.furb.br/universocontabil



RELATO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL, AMBIENTE E COMPETITIVIDADE: ENQUADRAMENTO TEÓRICO¹

REPORT ON SOCIAL RESPONSIBILITY, ENVIRONMENT AND COMPETITIVENESS: THEORETICAL FRAMING

Jorge José Martins Rodrigues

Doutor em Gestão pelo Instituto Politécnico de Lisboa
Professor do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa
do Instituto Politécnico de Lisboa
Endereço: Av. Miguel Bombarda, 20
CEP: 1069-035 – Lisboa – Portugal
E-mail: jjrodrigues@iscal.ipl.pt
Telefone: +351 21 798 45 00

Maria Manuela Ramos Fernandes Rebelo Duarte

Doutora em Gestão pela Universidade Lusíada de Lisboa
Professora do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa
do Instituto Politécnico de Lisboa
Endereço: Av. Miguel Bombarda, 20
CEP: 1069-035 – Lisboa – Portugal
E-mail: mduarte@iscal.ipl.pt
Telefone: +351 21 798 45 00

RESUMO

A globalização dos negócios e a sua turbulência contribuíram para a degradação do meio envolvente da sociedade, quer em nível ambiental quer social. As organizações, que actuam em mercados cada vez mais competitivos, procuram responder com criatividade, flexibilidade e inovação, para criar novas oportunidades de negócios, sem avaliarem o impacto das externalidades que introduzem na economia e na sociedade em geral. Os mercados só recentemente começaram a valorizar o respeito que é devido à preservação do ambiente, dos direitos dos cidadãos e do planeta terra. Para a sustentabilidade dos negócios devem ser tomadas decisões éticas, sociais e ambientais, para as quais os gestores necessitam de informação atempada e pertinente. Hoje existem modelos de relato daquelas dimensões, já

¹ Artigo recebido em 01.02.2011. Revisado por pares em 07.03.2011. Reformulado em 13.05.2011. Recomendado para publicação em 18.05.2011 por Ilse Maria Beuren (Editora). Publicado em 31.10.2011. Organização responsável pelo periódico: FURB.

testados e adaptados a diferentes meios envolventes específicos, e aceitos pela sociedade. Neste sentido, este artigo pretende apresentar as ligações existentes entre o desenvolvimento sustentável e a sustentabilidade dos negócios, levados à prática pelas organizações socialmente responsáveis, e os modelos de relato da responsabilidade social das empresas mais conhecidos. Procura-se contribuir para que os decisores conduzam as organizações com tomada de decisões éticas e responsáveis que lhes tragam benefícios que têm como consequência a melhoria do bem-estar social e interno da organização, na medida em que a redução de custos a médio prazo, se reflectirá em aumento de competitividade, logo em vantagens competitivas.

Palavras-chave: Relato de responsabilidade social. Desenvolvimento sustentável. Teoria da legitimidade.

ABSTRACT

The business globalization and its turbulence contributed for the degradation of the Society's involving environment, both at an environmental level and at a social level. The companies, that operate in increasingly competitive markets, try to respond with creativity, flexibility and innovation, so as to create new chances of business, not taking into consideration the impact of the externalities that they are introducing in the economy and in the Society in general. The markets only recently have started to value the due respect to environment preservation, to citizens' rights and to the Earth. For the sustainability of the businesses ethical, social and environmental decisions must be made, for what managers need timely and pertinent information. Nowadays there are report models on those dimensions, already tested and adapted to the different specific involving environments, and accepted by society. Therefore, this paper intends to present the existing links between sustainable development and business sustainability, practiced by organizations which present social responsibility, and the most well-known report models of corporate social responsibility. There is an attempt to contribute to the decision makers to lead the organizations to taking ethical and responsible decisions, which will bring them benefits having as consequence the improvement of the social and internal welfare of the organization, as the cost reduction in a medium term will be reflected on the competitiveness increase, and then in competitive advantages.

Keywords: Report on social responsibility. Sustainable development. Theory of legitimacy.

1 INTRODUÇÃO

Longe vão os tempos em que o paradigma da responsabilidade social das empresas era o de incrementarem os proveitos financeiros para os seus accionistas (FRIEDMAN, 1970). Hoje, os novos modelos de gestão das organizações leva a que os decisores repensem e reestruturem a sua forma de gerir para atingirem os objectivos, de forma sustentada, pelo que necessitam cada vez mais de informação actualizada e credível, numa perspectiva multidimensional. Esta perspectiva pluralista deve considerar os pontos de vista das diferentes partes interessadas que se relacionam com as organizações, quer em termos reais quer em termos potenciais (RODRIGUES, 2010).

A inclusão dos pontos de vista das diferentes partes interessadas no processo de decisão dos gestores supõe a apresentação de informação pertinente para todas elas, permitindo-lhes fazer um juízo do grau de cumprimento dos objectivos que constam nos contratos implícitos ou explícitos que as liga a essas organizações, legitimando-as (ZIMMERMAN; ZEITZ, 2002). Por isso, a utilidade da informação a prestar à sociedade é

relativa, pelo que a informação deverá ser concebida de forma ética e responsável, de modo a poder ser criticada e interpretada pelas diferentes partes interessadas.

Assim, o objectivo operacional deste artigo é o de sensibilizar a sociedade para a importância dos modelos de relato da responsabilidade social das organizações, enquanto veículo privilegiado de divulgação de informação não financeira pertinente para a tomada de decisão nas organizações, e comunicação para o exterior das várias percepções do desempenho exigidas pelas diferentes partes interessadas (RODRIGUES, 2010). Os aspectos não financeiros e a transparência são hoje percebidos como factores de competitividade e criação de valor, contribuindo como *drivers* diferenciadores para a credibilidade e excelência da gestão das organizações.

Considerando os pressupostos insertos na introdução, a estrutura do artigo prossegue com uma breve apresentação dos princípios da ética e da moral à gestão das organizações no ponto dois. O ponto três apresenta as bases do desenvolvimento sustentável, enquanto conceito macro, à escala planetária, onde todas as actividades do quotidiano de uma organização acabarão por ter reflexos, colidindo com o bem-estar dos indivíduos, onde quer que estes se localizem. Por fim apresentam-se as conclusões, com o objectivo único de chamar a atenção para o conceito de sustentabilidade nos negócios, o qual tem uma abrangência maior que aquela que o identifica com o meio ambiente.

Assim, os gestores necessitam de manter as suas organizações a trabalhar, com respeito pela sustentabilidade do negócio, num contexto de soluções *win-win*, e aprender a desenvolver novos conceitos sobre o significado de *desempenho* organizacional, com novas métricas de avaliação e não apenas sob a forma financeira. Refere-se a novas formas de procura (clientes), a novas formas de oferta (mercados), a novas formas de fazer negócio (modelos), e também a valores universais como ética, respeito pelos direitos humanos e transparência na tomada de decisões. Não haverá desenvolvimento sustentável nem sustentabilidade nos negócios se as organizações não forem elas próprias sustentáveis.

2 PRINCÍPIOS DE ÉTICA E MORAL NA GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES

2.1 Ética e Moral

A ética, em geral, ocupa-se do comportamento humano aceitável ou correcto e do que não é aceitável ou incorrecto, de acordo com a moral convencional. As normas éticas gerais abraçam a veracidade, a honestidade, a integridade, o respeito pelos indivíduos, a equidade e a justiça. Logo, refere-se a todos os aspectos da vida em sociedade, incluindo os negócios. Sob este ponto de vista, a ética nos negócios é, portanto, um subconjunto da ética geral. As normas éticas são essenciais para manter a estabilidade e a harmonia da vida em sociedade, onde as pessoas interagem umas com as outras. O reconhecimento das necessidades e aspirações dos indivíduos, a equidade e os esforços de cooperação para enfrentar problemas comuns, são um exemplo dos aspectos de comportamento social que contribuem para a estabilidade social.

No processo de evolução social tem-se desenvolvido não só o instinto para cuidar de nós próprios como também uma consciência para cuidarmos dos outros. Apesar de tudo, podem acontecer situações em que a necessidade de cuidar de nós próprios entra em conflito com a necessidade de cuidar dos outros. Nestas situações, as normas éticas são necessárias para orientar o nosso comportamento. Ou seja, a ética representa a intenção de resolver o conflito entre o egoísmo e o altruísmo, entre as nossas necessidades materiais e a nossa consciência (DEMPSEY, 1999). A forma ética e responsável pode ser encontrada na concepção que os Gregos antigos tinham da ética, a qual não era apenas teórica, mas sim uma manifestação efectiva na conduta do ser humano livre. No entanto, há por vezes alguma confusão entre ética e moral.

Ética vem do grego *ethos* que tem a ver com princípios universais, pressão interna,

podendo ligar-se às problemáticas de reflexão e valores. Moral vem do grego *mos* significando regras para acções colectivas, pressão externa, estando, por conseguinte, ligadas a hábitos e costumes. Pode então afirmar-se que para os gregos a ética era uma maneira de ser em sociedade, uma reflexão, investigação e interrogação, mas também o objecto, pois inclui a conduta do homem, determinada a partir de princípios imutáveis. Surgem deste modo os imperativos éticos. O que caracteriza a ética é a postura assumida pelo dever ser auto determinado por convicção, que estabelece os próprios limites para a sua actuação no mundo.

Ética	Moral
✓ Disciplina filosófica – pensamento crítico	✓ Limita-se ao estudo dos costumes e da variante das relações
✓ Revelação de valores que norteiam o dever ser dos homens	✓ Conjunto de regras que são impostas às pessoas
✓ Conjunto de juízos valorativos manifestados livremente na acção individual de cada um	✓ Impulso que move o grupo
✓ Reflexão construída e reconstruída incessantemente	✓ Acção colectiva que tende a agir de determinada maneira
✓ Expressão do ser humano como exigência radical	✓ Comportamentos automatizados
✓ Disposição permanente para agir de acordo com as próprias exigências	✓ Receio de reprovação social
	✓ Cumprimento sem questionar
	✓ Consolidação de práticas e costumes

Quadro 1 - Algumas diferenças entre ética e moral

Fonte: elaboração própria.

Hoje assume-se que a ética tem por base uma determinada concepção das relações do homem com as tecnologias e com o ambiente, centrada na neutralidade da ciência e voltada, única e exclusivamente, para servir o próprio homem. Deste modo pode dizer-se que as condições actuais têm a ver com o engenho do homem e com a sua vontade dominadora. No entanto, no presente as consequências das acções humanas fazem-se sentir e ampliam-se sob duas vertentes: no espaço ou dimensão planetária ou global e no tempo, ou seja, para as futuras gerações. Neste contexto, a técnica não pode ser considerada como éticamente neutra, nem relativamente ao ambiente nem à natureza humana.

Assim, natureza ou ambiente torna-se objecto da responsabilidade do homem. Nasce, aos poucos, uma comunidade com consciência da sua vivência planetária, na qual se está a formar uma rede de interacções, ampliada e difusa, com dimensão global e que interfere na vida dos indivíduos. No actual contexto turbulento dos negócios a competitividade ganhou, por razões ambientais, uma enorme importância, e continuará no futuro a ser determinada pela própria evolução dos mercados (DUARTE, 2006).

Como consequência, os gestores e outros decisores devem perceber o ambiente como uma oportunidade de negócio e não como uma ameaça. Por exemplo, investimentos e custos originados pela implementação de um sistema de gestão ambiental, serão substancialmente compensados pela eficiência operacional, consubstanciada na poupança de materiais e energia, diminuição de riscos e, consequentemente, de custos a médio prazo, o que se traduzirá numa maior competitividade da empresa.

A ética e a moral são as raízes de uma boa governabilidade organizacional, a qual contribui para a sustentabilidade dos negócios e melhoria da qualidade de vida dos indivíduos na sociedade. Para monitorizar se essa governabilidade organizacional está a seguir o rumo certo, são necessárias métricas apropriadas àquele objectivo, o mesmo é dizer, neste caso em concreto, que favoreçam a sustentabilidade dos negócios.

2.2 Ética nos Negócios

Para Drucker (2003), uma das tarefas da gestão é gerir os impactos da responsabilidade social das empresas. Para exercer a sua actividade, produzindo bens e

serviços, as empresas têm de ter influência e imagem nos consumidores, nos trabalhadores e na comunidade em geral. De facto, as empresas são geradoras de externalidades positivas (ex.: criação de postos de trabalho) e são responsáveis por impactos poluidores do ambiente (externalidades negativas), pelo que se pode dizer que estas influenciam a qualidade de vida das populações.

Deste modo, a responsabilidade social das empresas pode entender-se como um conceito segundo o qual as empresas, numa base legal, estatutária e principalmente voluntária, decidem contribuir para uma sociedade justa e para uma melhor qualidade de vida, internalizando as externalidades negativas. As empresas, ao serem confrontadas com os desafios da globalização da economia, em mudança permanente, vão tomando consciência da sua responsabilidade social e de que esta pode conter em si um valor económico directo, relacionado com o contributo para o fortalecimento ou melhoria da sua reputação.

As empresas têm uma imagem a resguardar e a defender, que ao ser manchada aumenta o risco da sua sobrevivência (SROUR, 2003), sendo que uma boa imagem pode:

- a) funcionar como barreira de protecção em relação aos concorrentes, constituindo assim uma vantagem competitiva;
- b) constituir um obstáculo às eventuais crises, devido ao apoio que alguns *stakeholders* (accionistas, investidores, clientes, fornecedores, trabalhadores, credores e Estado) estão dispostos a conceder à empresa em dificuldade;
- c) facilitar o relacionamento com fornecedores, investidores, concorrentes, autoridades e comunidades locais;
- d) contribuir para uma mais fácil obtenção de crédito e respectivas taxas de juro junto das entidades de financiamento;
- e) aumentar o valor de mercado da empresa, facilitando-lhe, por esta via, o acesso ao mercado de capitais;
- f) reduzir as resistências de quem não está de acordo com a empresa;
- g) aumentar a fidelização dos clientes e a sua reputação perante a sociedade;
- h) atrair e reter o capital intelectual para a empresa.

A atenção e importância atribuídas à problemática da responsabilidade social das empresas tem vindo a granjear um maior número de defensores e adeptos, sendo cada vez maior o número das organizações da sociedade civil a debruçarem-se sobre esta problemática, avaliando a legitimidade dessas organizações segundo critérios de economia, eficiência e eficácia (PAVA; KRAUSZ, 1997; BÄCKSTRAND, 2006), fomentando o uso de políticas que conduzam a maior competitividade das organizações, logo, a um melhor desenvolvimento económico, ambiental e social, rumo à tão desejada sustentabilidade dos negócios.

Portanto, a ética e a moral são as raízes de uma boa governabilidade organizacional, a qual, contribui para melhorar a qualidade de vida dos indivíduos na sociedade. Para monitorizar se essa governabilidade organizacional está a seguir o rumo certo, são necessárias métricas apropriadas aquele objectivo, o mesmo é dizer, neste caso em concreto, que favoreçam a sustentabilidade dos negócios.

3 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

3.1 Níveis do Desenvolvimento Sustentável

Os conceitos de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social das empresas estão intrinsecamente ligados, ainda que se situem em níveis diferentes. O desenvolvimento sustentável é um conceito macro (económico e social) à escala planetária, o qual não se pode aplicar directamente a uma organização. Contudo, não é por isso que esta não deve contribuir para o desenvolvimento sustentável. O desenvolvimento sustentável é percebido, em geral, como tendo ligações com a esfera política, no sentido em que os países,

por exemplo, devem definir políticas públicas de desenvolvimento sustentável.

Ora, estas políticas públicas, potencialmente, podem condicionar a actividade económica a ser desenvolvida por uma organização, em particular. Ou seja, o conceito de desenvolvimento sustentável condiciona os fins de uma organização, ao definir os princípios que modelam a envolvente em que ela se deverá mover.



Figura 1 – Níveis do desenvolvimento sustentável

Fonte: elaboração própria.

O nível meso é constituído pelas políticas públicas implementadas pelos poderes instituídos, domésticos ou transnacionais, com o objectivo de promoverem o fomento de estratégias nas organizações que vão ao encontro da responsabilidade social das organizações, para que os Estados possam contribuir ao reforço da sustentabilidade global, através de boas práticas das suas organizações, que conduzirão ao fomento da economia nacional, à defesa do património ambiental e sustentabilidade da sociedade. É a contribuição desta geração para a preservação do património mundial, em prol dos interesses das gerações vindouras.

O nível micro é constituído pela responsabilidade social das empresas, a qual se concentra na resposta das empresas (ou outro tipo de organização societária) àquelas condicionantes. Ou seja, desenvolvem e implementam estratégias globais, mecanismos de gestão e de controlo de riscos, nas quais incorporam novas concepções que estão em sintonia com as referidas condicionantes. Sob este prisma, no desenvolvimento da sua actividade diária, as empresas têm como desafio permanente, com inovação e competitividade, a promoção do equilíbrio entre as dimensões económica, social e ambiental (equilíbrio sustentável), não se confundindo com os conceitos de ética, filantropia, mecenato, governo das sociedades, comumente associados ao senso comum.

É através do saldo daquela convergência de acções de responsabilidade social, desenvolvidas e implementadas pelas organizações, que se procura dar suporte a uma sustentabilidade duradoura, de nível global. Nas secções seguintes iremos detalhar os conceitos de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social das organizações, deixando de fora o papel das políticas públicas (REBELO et al., 2009), por não ser estritamente necessário para o desenvolvimento deste artigo.

3.2 Conceito de Desenvolvimento Sustentável

As actividades humanas têm impacto no mundo biofísico e são, por sua vez, afectadas por este. A capacidade de controlar esta inter-relação condiciona a continuidade ao longo do tempo dos diferentes tipos de actividade e o potencial de desenvolvimento económico e social. O equilíbrio que necessariamente deve existir entre a trilogia – actividade humana, desenvolvimento e protecção do ambiente – exige uma repartição de responsabilidades equitativa e claramente definida, relativamente ao consumo e ao comportamento face ao ambiente e aos recursos naturais.

Para que isto aconteça, é necessário integrar preocupações ambientais na formulação e implementação das políticas económicas e sectoriais, nas decisões das autoridades públicas, na operação e desenvolvimento dos processos de produção, nos comportamentos e escolhas empresariais e até mesmo individuais. Exige também a existência de um diálogo real e efectivo, bem como a concertação de acções entre parceiros, cujas prioridades de curto prazo podem ser diferentes. Tal diálogo deverá apoiar-se sempre em informação objectiva, atempada e credível (RODRIGUES, 2008). Deste modo, aparece um novo conceito de desenvolvimento, o qual constitui um grande desafio, encontrando-se subjacente à problemática da sustentabilidade desse mesmo desenvolvimento e crescimento económicos.

O desenvolvimento sustentável é um conceito abrangente, que consoante a óptica teórica por que é abordado, apresenta contextos que na sua essência são diferentes, mas cujo resultado final é comum e tem por objectivo a perenidade do meio ambiente em condições saudáveis para as gerações vindouras. Assim, para cada uma das ópticas a seguir analisadas, o conceito de desenvolvimento sustentável, varia:

- a) para um economista, este conceito é visto em termos da relação existente entre os rácios do aumento do produto interno bruto (PIB), da inflação, dos agregados fiscais e da balança de pagamentos. Esta é essencialmente uma visão de curto e médio prazos da sustentabilidade, negligenciando as considerações fronteiriças, as quais incluem a viabilização a longo prazo do sistema ecológico, do qual dependem muitas actividades económicas e onde a distribuição do crescimento das receitas origina desigualdade entre ricos e pobres, ameaçando a coesão social;
- b) para um ecologista ou activista ambiental, o desenvolvimento sustentável é visto como um assunto relacionado com o aquecimento global e a preservação da biodiversidade. O lado económico ou social dos efeitos das políticas ambientais é pouco considerado. As definições de desenvolvimento sustentado são muitas vezes expressas em termos muito gerais, tornando difícil a sua aplicação em termos de prescrições políticas exequíveis;
- c) para a sociedade em geral, a definição de desenvolvimento sustentável é a do relatório da Comissão Mundial do Ambiente e Desenvolvimento – relatório Brundtland (1987). Para esta entidade, o desenvolvimento sustentável satisfaz as necessidades do presente, sem comprometer a capacidade das gerações futuras em satisfazerem as suas próprias necessidades.

Embora actualmente não se possam saber quais serão as necessidades das gerações futuras, assume-se que estas devem ter pelo menos o mesmo padrão de vida que hoje desfrutamos. Cada geração satisfaz as suas necessidades, usando recursos disponíveis, alguns dos quais podem ser utilizados para criar novos recursos a serem consumidos no futuro. Isto dá origem a um conjunto de questões quando se analisa a sustentabilidade da política económica: Será este fornecimento de recursos que estamos a deixar às futuras gerações o suficiente para lhes permitir a satisfação das suas necessidades? Quais os constrangimentos que este critério de sustentabilidade põe no modo como hoje se usam os recursos disponíveis?

Assim, para a produção de bens e serviços há a considerar três tipos diferentes de recursos: capital humano, capital natural e capital físico. Alguns bens e serviços podem ser produzidos utilizando uma variedade de técnicas, ou seja, a proporção de capital humano, natural e físico usados na sua produção pode variar. Contudo, a constatação de que diferentes tipos de recursos podem ser substituídos por outros quando estão a ser utilizados para produzir bens e serviços necessitam de ser qualificados.

Os recursos naturais geram alguns bens e serviços que não podem simplesmente ser produzidos por outros meios e sem os quais não se poderia sobreviver. Pode, então, concluir-se que os recursos naturais e os recursos físicos podem ser substituídos por outros que eventualmente podem não ser os substitutos perfeitos. Não é necessário passar aos vindouros

exactamente a mesma quantidade e qualidade de cada tipo de recurso natural e recurso físico que estão disponíveis hoje. Isto requer antes, que a agregação dos recursos disponíveis para uso das gerações futuras, juntamente com os seus recursos humanos, sejam capazes de gerar bens e serviços, que permitam às gerações futuras satisfazer as suas necessidades, pelo menos tão bem como a geração actual.

O conceito de sustentabilidade pretende reflectir uma política de desenvolvimento económico e social contínuo, sem prejuízo do ambiente e dos recursos naturais, de cuja qualidade depende a continuidade da actividade humana. Este desenvolvimento exige a preservação do equilíbrio global, o valor das reservas do capital natural, a redefinição dos critérios e instrumentos de avaliação custo/benefício de curto, médio e longo prazos, de forma a reflectirem os efeitos socioeconómicos, os valores reais do consumo, a conservação dos recursos e a distribuição e utilização equitativa desses recursos entre as nações e regiões.

Em relação a este último ponto, o próprio relatório Brundtland (1987) apontou o facto dos países desenvolvidos, com apenas 26% da população mundial, serem responsáveis por cerca de 80% do consumo mundial de energia, de aço e de outros metais, de papel, bem como por cerca de 40% dos alimentos.

O alcance do desenvolvimento sustentável exige nomeadamente que a produção e o consumo de energia sejam racionalizados, os padrões de consumo e de comportamento da sociedade sejam alterados, o fluxo de materiais ao longo das várias fases da transformação, do consumo e da utilização sejam geridos de forma a facilitar a reutilização e a reciclagem, evitando-se os desperdícios e o esgotamento das reservas de recursos naturais.

3.3 Responsabilidade Social das Empresas

A responsabilidade social das empresas pode ser abordada de formas muito diversas, indicando-se a seguir as mais referidas na literatura da especialidade:

- a) deve ser encarada como fazendo parte integrante da gestão global da empresa;
- b) é uma forma de comportamento voluntariamente adoptado, que vai para além da exigência dos normativos legais;
- c) é uma forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os grupos com os quais se relaciona ou interage;
- d) estabelece objectivos empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Existe uma estreita e compreensível ligação entre a responsabilidade social das empresas e o que se entende por desenvolvimento sustentável. Quando a empresa faz a internalização das externalidades negativas, está a acautelar o futuro das gerações e da sociedade. Contudo, não se deve encarar a responsabilidade social das empresas como um substituto da regulação ou legislação nos domínios dos direitos sociais ou das normas ambientais. Esta temática é pertinente e é aplicável a todos os tipos de empresas, de todos os sectores de actividade, qualquer que seja a sua dimensão.

A sua aplicação pela maioria das pequenas e médias empresas, incluindo micro empresas, é importante, devido ao grande peso que este tipo de empresas, em geral, representa no tecido empresarial doméstico. Pode considerar-se que o impacto económico da responsabilidade social das empresas se traduz em efeitos directos e indirectos. Os efeitos directos referem-se, por exemplo, à utilização mais eficiente dos recursos naturais. Os efeitos indirectos, por sua vez, podem estar relacionados com o aumento das oportunidades de mercado, em consequência da crescente atenção dos consumidores e dos investidores às problemáticas sociais. Neste contexto, é possível assumir-se que a responsabilidade social das empresas pode ser analisada segundo duas diferentes dimensões: a interna e a externa (COMISSÃO EUROPEIA, 2001).

As práticas de uma empresa socialmente responsável estão relacionadas, por exemplo, com a gestão criteriosa dos recursos naturais incorporados no seu processo de fabrico; os processos de redução do consumo de energia; o consumo de energias renováveis; a reciclagem dos resíduos provenientes da produção. Em geral, uma redução na exploração e no consumo de recursos naturais ou de energia, nas emissões poluentes ou na produção de resíduos contribui para atenuar o impacto ambiental de qualquer actividade económica, podendo igualmente ser vantajoso para as empresas, na medida em que possibilita uma redução das despesas energéticas e de redução dos resíduos produzidos, bem como dos custos com matérias-primas, com energia e de despoluição. Algumas empresas percebem que uma exploração menos intensiva dos recursos naturais é passível de originar um aumento dos lucros e reforçar a sua competitividade no sector em que actuam (CAPRON; QUAIREL-LANOIZELÉE, 2007).

Os investimentos de natureza ambiental são conhecidos por oportunidades *win-win*, ou seja, são vantajosos para todas as partes interessadas. Um bom exemplo de uma abordagem que permite às empresas trabalharem em conjunto com as autoridades na salvaguarda do ambiente é a Política de Produto Integrada (PPI). Esta, baseia-se na ponderação do impacto ambiental dos produtos ao longo do seu ciclo de vida, envolvendo as empresas e outras partes interessadas, como por exemplo as autarquias, num diálogo que tem em vista encontrar as linhas de acção mais favoráveis para todos. No domínio ambiental, a PPI pode considerar-se como um meio sólido para promover a responsabilidade social das empresas.

Esta extravasa as fronteiras da própria empresa, estendendo-se à comunidade envolvente local, uma vez que as empresas dão um significativo contributo para a vida das comunidades em que se inserem, em termos de emprego, remunerações, impostos e outros benefícios. Esta ligação ou dependência mútua entre a empresa e a sua comunidade envolvente é bem perceptível, quer no recrutamento da mão-de-obra de que necessita quer no escoamento dos seus bens ou serviços. A reputação de uma empresa no seu meio envolvente imediato, quer enquanto empregadora e produtora quer como agente intervencionista no plano local, são factores que influenciam a competitividade.

As empresas interagem, também, com o meio físico local, havendo algumas que apostam num ambiente limpo de ar, solo e água para a sua produção ou prestação de serviços. Muitas vezes é imputado às empresas a responsabilidade por um conjunto de acções de poluição tais como ruído, luz, poluição das águas, emissões de gases nocivos para a atmosfera, contaminação do solo e problemas ambientais inerentes ao transporte e eliminação de resíduos, principalmente dos tóxicos. Por estas razões, as empresas mais sensíveis às questões ambientais encontram-se duplamente envolvidas na educação e na preservação ambiental da comunidade local em que se inserem. Neste contexto, cada vez mais empresas se empenham em causas locais, nomeadamente, através da oferta de espaços adicionais para formação e para acções de promoção ambiental.

Devido ao efeito transfronteiriço de muitos dos problemas ambientais relacionados com a sua actividade e a exploração de recursos naturais, as empresas são também agentes no meio global, podendo, por conseguinte, propor objectivos de responsabilidade social local, nacional e internacional (BARON, 2010). Como consequência, estão ao seu alcance incentivos, tais como o PPI, o que lhes permite incentivar um melhor desempenho ambiental ao longo da sua cadeia de produção e recorrer aos instrumentos internacionais existentes de gestão e relativos a produtos. De facto, o papel das empresas na prossecução do desenvolvimento sustentável é cada vez mais relevante e acentuado.

A avaliação deste bem-estar exige métricas, embora ainda não consensuais, as quais se podem encontrar em alguns modelos de relato da responsabilidade social das empresas, propostos por organizações internacionais, os quais têm a virtude de prestar informação não financeira, medindo as actividades de responsabilidade social e os seus resultados, de forma

coerente, completa e ordenada, podendo a mesma ser comparada no tempo e em diferentes espaços geográficos.

4 MODELOS DE RELATO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS

Têm sido muitas as organizações não governamentais, governos, organizações internacionais empresas e até mesmo grupos de cidadãos organizados que têm manifestado, sob as formas mais diversas, preocupação e até algumas ideias que se transformaram em convenções ou acordos, na tentativa de preservar o nosso planeta. É neste contexto que a responsabilidade social das empresas aparece como força e exemplo de boas práticas por parte das organizações. Ora, a importância de medir a actividade de responsabilidade social das organizações justifica-se, em nosso entender, para se conhecer o grau de cumprimento dos objectivos dessa organização, o que pressupõe a existência de algum tipo de critério, para determinar se os objectivos estão a ser cumpridos.

Assim, o acto de medir é um processo que guia a organização e assegura que as melhorias vão ao encontro de um determinado objectivo, previamente definido e quantificado, isto é, expresso por indicadores. Assim, um sistema de indicadores é um conjunto de valores desenvolvidos para medir certas variáveis específicas, para se poder comprovar que uma organização atinge as metas assinaladas pela sua estratégia. Os indicadores devem poder ser validados e interpretados, para se avaliar a gestão e o desempenho da organização.

A medição conduz à compreensão das causas e do seu impacto sobre os resultados, bem como à avaliação da melhoria do desempenho. Por outro lado, os indicadores são úteis para a tomada de decisões, e servem também para comunicar as várias percepções do desempenho às diferentes partes interessadas (RODRIGUES, 2010). Os aspectos não financeiros e a transparência são hoje percebidos como factores de competitividade e criação de valor, contribuindo como *drivers* diferenciadores para a credibilidade e excelência da gestão das organizações. Do atrás exposto resulta, como consequência, o interesse em se dar a conhecer os diferentes modelos de relato da responsabilidade social das organizações.

A ideia central parece ser o dever de enfatizar a responsabilidade, não só do indivíduo, mas também das organizações, enquanto entidades organizadas e consumidoras de recursos naturais. Assim, este dever refere-se, fundamentalmente, ao ambiente que hoje existe e também ao futuro das próximas gerações. Logo, o empenho de cada cidadão, organização ou autoridade, é: a) viver a comunidade planetária de maneira positiva; b) considerar a teia global de interdependência; c) melhorar a qualidade de vida de indivíduos e povos; d) evoluir em direcção à convivência pacífica dos povos e ao desenvolvimento sustentável.

Então, a responsabilidade social das empresas pode ser vista como preocupação básica para minorar os efeitos remotos, cumulativos e irreversíveis da intervenção tecnológica sobre o ambiente. Neste contexto, o perigo parece estar no sucesso extraordinário do poder tecnológico que envolve a possibilidade de desfiguração do ambiente e do homem. Assim, os desafios do Séc. XXI irão muito para além de medidas de política económica ou mesmo de transformações dos padrões energéticos actuais, pois estes, só por si, não serão suficientes para equacionar favoravelmente as questões ambientais em favor das gerações futuras.

Existem várias organizações, a diversos níveis, com intervenção relevante para a responsabilidade social das empresas. Apesar de todas as normas, guias de acção e directivas já existentes, não se pode ainda falar, de uma normalização ao nível da divulgação pelas empresas da sua responsabilidade social. Algumas das organizações que a seguir se referem apresentaram também indicadores para a avaliação da responsabilidade social das empresas. Podem apontar-se entre outras as seguintes organizações:

- a) Organização das Nações Unidas (ONU). Através do programa *Global Compact*, mobiliza a comunidade empresarial internacional na promoção de valores fundamentais nas áreas dos direitos humanos, das relações de trabalho e do

- ambiente. Esta associação de empresas gera sinergias entre os parceiros e permite obter melhorias globais em níveis social e ambiental;
- b) Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE). Publicou directivas básicas para empresas multinacionais, visando a promoção de um desenvolvimento sustentável global;
 - c) Organização Internacional de Normalização (ISO). Com sede na Suíça, tem vários sistemas de normas, destacando-se as Normas da série ISO 14000 sobre gestão ambiental;
 - d) União Europeia (UE). Através do Livro Verde em que são apresentadas algumas acções que as empresas devem considerar para se tornarem social e ambientalmente responsáveis;
 - e) *Global Reporting Initiative* (GRI). Desenvolveu as linhas de orientação para a elaboração do relatório de sustentabilidade;
 - f) *Institute of Social and Ethical Accountability* (ISEA), no Reino Unido, publicou normas para a certificação ética;
 - g) Instituto *Ethos* de Empresas e Responsabilidade Social (ETHOS), brasileiro, tem várias publicações e guias de acção nesta área.

Serão apresentados, de seguida, os principais modelos e normas das organizações que detêm hoje maior aceitação pela comunidade internacional. Estas normas são regras que se devem seguir ou às quais se devem ajustar os comportamentos, tarefas ou actividades de uma organização, de modo facultativo, pois, resultam de compromissos assumidos de modo voluntário e não de imposições legais.

4.1 Organização das Nações Unidas

Por iniciativa do secretário-geral Kofi Annan, a ONU concebeu um programa, a que deu o nome de *Global Compact*, o qual propõe um pacto global para a actuação das empresas, com nove pontos inspirados em declarações e princípios internacionais. Os nove princípios do *Global Compact* são:

- a) apoiar e respeitar a protecção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente. Se uma empresa infringir os direitos humanos dos seus trabalhadores pode desmotivá-los e diminuir a sua produtividade;
- b) assegurar-se de que não violam directa ou indirectamente os direitos humanos. As empresas não devem aproveitar-se de situações de violação dos direitos humanos, e devem transmitir a ideia de conduta apropriada, o que contribuirá para evitar abusos, e não comprometerá a sua reputação ou imagem junto dos trabalhadores e dos clientes;
- c) apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efectivo à negociação colectiva. Este princípio prevê o respeito pela vontade do trabalhador em se filiar ou não num sindicato;
- d) apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsivo. Os trabalhadores têm o direito de receber um salário pelo seu trabalho e não o pagamento em espécie;
- e) apoiar a erradicação efectiva do trabalho infantil. As empresas não devem utilizar o trabalho infantil, seja ele efectuado no seu interior ou fora dele;
- f) apoiar a igualdade de remunerações e a eliminação de discriminações no emprego. Este princípio pretende incutir nas empresas o hábito de contratar trabalhadores com base nas suas capacidades para ocuparem o cargo, não atendendo a outros factores mais ou menos subjectivos;
- g) adoptar uma atitude preventiva para os desafios ambientais. A adopção de leis e regulamentação ambiental deve ser uma realidade, apesar do debate dever

continuar em termos comunitários, onde a empresa se insere. Ou seja, a empresa deve conhecer os impactos ambientais que produz com a sua actividade normal, devendo fazer estudos para minimizarem os impactos directos da sua acção ou dos seus produtos ou serviços;

- h) desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental. De acordo com a sua dimensão e o sector de actividade em que se insere, a empresa deve aplicar políticas e práticas ambientais responsáveis, podendo aumentar a sua produtividade, melhorar a sua reputação e imagem junto dos clientes e ganhar vantagens competitivas;
- i) ser incentivadas ao desenvolvimento e à difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis. As empresas são encorajadas a explorar o uso e o desenvolvimento de tecnologias que não agridam o ambiente, que além de lhes trazer benefícios quer local quer globalmente, proporcionem o aumento da produtividade e a eficiência da própria empresa. Aquelas tecnologias servirão para garantir que o ar, a água ou outros recursos naturais, estejam disponíveis a custos razoáveis hoje e no futuro.

O *Global Compact* é uma norma política, aplicável em todos os sectores económicos e em qualquer espaço geográfico da Terra, que tem por objectivo a procura da aprendizagem e o diálogo. Estes princípios, sendo genéricos, podem ser utilizados como ponto de partida e serem úteis para uma organização identificar quais as partes de interesse que lhe são particularmente úteis. O sucesso na sua adopção, estamos em crer, depende da reputação e da autoridade moral que tenha a ONU.

4.2 Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

A OCDE publicou no ano 2000 o *Guidelines for Multinational Enterprises*, constituído por um conjunto de princípios e normas para serem voluntariamente seguidas pelas empresas multinacionais onde quer que operem, para uma conduta responsável e consistente do negócio. Assim, estas linhas de orientação pretendem assegurar que as operações das empresas multinacionais estão em harmonia com as políticas governamentais, de modo a fortalecer as bases de confiança mútua entre as empresas e a sociedade em que se inserem ou operam, a ajudarem ao aumentar o investimento estrangeiro, contribuindo para o desenvolvimento sustentável.

Estas linhas de orientação estão divididas em dez capítulos ou partes, sendo: 1. Conceitos e princípios, 2. Políticas gerais, 3. Divulgação, 4. Relações de trabalho e industriais, 5. Ambiente, 6. Combate ao suborno, 7. Interesse dos consumidores, 8. Ciência e tecnologia, 9. Concorrentes e 10. Impostos. Constituindo recomendações conjuntamente endereçadas pelos governos às empresas multinacionais, reunindo princípios e normas de boas práticas convergentes com as leis aplicáveis.

As empresas multinacionais devem levar em conta as políticas estabelecidas nos países em que operam e ter em conta as necessidades e o ponto de vista dos respectivos *stakeholders*. Devem assegurar a divulgação de informação atempada, regular, fidedigna e relevante, relacionada com as suas actividades, estrutura, situação financeira e desempenho. Esta informação deve ser divulgada para a empresa multinacional como um todo e onde apropriado, ao longo das áreas geográficas do negócio. A divulgação de políticas da empresa devem ser feitas à medida da natureza, dimensão e localização da mesma, com um olhar para os custos, a confidencialidade do negócio e outras preocupações competitivas.

As empresas multinacionais devem, ainda, de acordo com as leis, regulamentos e as práticas administrativas dos países em que operam, e respeitando os acordos internacionais relevantes, princípios, objectivos e normas, considerar a necessidade de proteger o ambiente, a saúde pública e a segurança, e conduzir, em geral, as suas actividades de maneira a contribuir para o objectivo do desenvolvimento sustentável. Finalmente, é importante que as

empresas contribuam para as finanças públicas do país de acolhimento, entregando atempadamente o pagamento das suas obrigações de impostos e fazer um esforço para actuarem de acordo com as leis tributárias de todos os países em que operam, não só na sua forma mas também na sua substância. Este comportamento deve incluir também, as medidas que visam a divulgação de informação necessária à correcta determinação dos impostos devidos pelo seu desempenho.

4.3 Organização Internacional de Normalização

A Organização Internacional de Normalização, com sede na Suíça, é um organismo de cariz mundial que tem produzido normas internacionais aplicadas em todo o mundo. Assim, pode dizer-se que este organismo é o primeiro produtor mundial de normas internacionais. As normas ISO fixam as exigências para o que se faz de melhor em matéria de bens, produtos, processos, materiais e sistemas, assim como em termos de boas práticas de avaliação de conformidade, de gestão e de organização.

As normas ISO são concebidas para serem aplicadas à escala mundial e dão uma contribuição positiva ao mundo em que vivemos, pois garantem aspectos essenciais como a qualidade, a ecologia, a segurança, a economia, a fiabilidade, a compatibilidade, a inter-operacionalidade, a eficiência e a eficácia. Elas facilitam o comércio, favorecem a partilha de conhecimentos e contribuem para a difusão do progresso tecnológico e das boas práticas de gestão. Das normas ISO destacam-se fundamentalmente duas famílias: ISO 9000 e série ISO 14000, sendo as primeiras de qualidade e as segundas do ambiente.

As ISO 9000 tratam principalmente da palavra *management*. Este termo abrange o que uma organização realiza para responder: a) às exigências de qualidade do cliente e às exigências regulamentares aplicáveis; b) à melhoria da satisfação do cliente e à realização duma melhoria contínua do seu desempenho na busca dos seus objectivos.

A série ISO 14000 trata principalmente do *management environmental*. Este termo abrange o que a organização realiza para reduzir ao mínimo os efeitos nefastos da sua actividade sobre o ambiente e a realização duma melhoria contínua dos seus desempenhos ambientais. Estas duas famílias de ISO são normas genéricas, pois podem ser aplicadas a todas as organizações, independentemente, da dimensão (grandes, médias ou pequenas), do sector de actividade, do tipo de organização (empresa privada, pública, mista ou até um departamento governamental).

De seguida apresentam-se alguns detalhes das normas da série ISO 14000, por serem as mais directamente ligadas com a responsabilidade ambiental das empresas. Há hoje em dia duas áreas principais para a avaliação das práticas de gestão ambiental das empresas. A série ISO 14000 que cobre aquelas duas áreas, que se encontram centradas na avaliação das actividades da empresa e nos produtos, serviços e processos. Assim, a série ISO 14000 pode dividir-se em:

- a) Normas de avaliação da empresa:
 - ✓ Sistema de gestão ambiental – ISO 14001 e 14004;
 - ✓ Avaliação do desempenho ambiental – ISO 14014, 14015 e 14031;
 - ✓ Auditoria ambiental – ISO 14010, 14011, 14012, 14013 e 14014;
- b) Normas de produtos, de serviços e de processos:
 - ✓ Avaliação do ciclo de vida – ISO 14040, 14041, 14042 e 14043;
 - ✓ Rotulagem ecológica – ISO 14020, 14021, 14022 e 14023;
 - ✓ Aspectos ambientais nas normas dos produtos – ISO 14060;

Também a ISO 26000, recentemente publicada, se debruça sobre a RSE. Esta norma foi publicada em 2010 e baseia-se na abordagem dos *stakeholders* ou partes interessadas, tendo envolvido na sua elaboração peritos de mais de noventa países e representantes de seis grupos diferentes de partes interessadas: consumidores, governo, empresas, trabalhadores,

organizações não governamentais. Chama a atenção para a importância dos resultados e melhorias do desempenho da responsabilidade social, podendo ser aplicada a todos os tipos de organizações, sejam do sector privado, público ou não lucrativo, independentemente da sua dimensão, sector de actividade económica ou país. Apresenta orientações sobre:

- a) conceitos, termos e definições relacionados com a RS;
- b) antecedentes, ameaças e características da RS;
- c) princípios e práticas relativas à RS;
- d) principais assuntos relativos à RS;
- e) integração, implementação e promoção de comportamentos socialmente responsáveis na organização e através das suas políticas e práticas relacionadas com a sua esfera de influência;
- f) identificação e comprometimento com as partes interessadas;
- g) comunica os compromissos e o desempenho relacionados com a RS.

Estas orientações apresentadas pela ISO 26000 ajudam as organizações que a adoptarem e aplicarem a contribuírem para o desenvolvimento sustentável.

4.4 União Europeia

De acordo com o Livro Verde (2001), relativo à responsabilidade social das empresas, é essencial que haja convergência e transparência, não só das práticas como também dos instrumentos da responsabilidade social das empresas. Os domínios onde a convergência e a transparência são mais desejáveis dizem respeito a códigos de conduta, normas de gestão, contabilidade, auditoria e divulgação de relatórios, rótulos e investimento socialmente responsável.

Através de uma comunicação da Comissão (2002), esta veio clarificar algumas das ideias expressas no Livro Verde, como por exemplo, e relativamente aos códigos de conduta que estes devem adoptar, as convenções fundamentais da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e as orientações da OCDE para as empresas multinacionais; incluir mecanismos adequados de avaliação e acompanhamento da sua aplicação e de um sistema de verificação de conformidade; envolver os parceiros sociais, bem como os outros agentes, na sua concepção, aplicação e acompanhamento; divulgar as boas práticas das empresas neste contexto. Assim, considera-se que o maior desafio no âmbito dos códigos de conduta está relacionado com o assegurar eficazmente a sua aplicação, fiscalização e verificação.

4.5 Global Reporting Initiative

A *Global Reporting Initiative* (GRI), foi constituída em 1997, a partir de uma iniciativa conjunta da organização não governamental americana, *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES), e o *United Nations Environment Programme* (UNEP). É uma instituição global independente, que está a desenvolver uma estrutura mundialmente aceite para o relato de sustentabilidade, trabalhando em cooperação com a *Global Compact*.

O objectivo das directrizes GRI é permitir às empresas e outras organizações a preparação de relatórios comparáveis entre si, sobre o seu desempenho económico, ambiental e social. O primeiro conjunto de directrizes de relato de sustentabilidade, ou directrizes GRI, apareceu como um *Exposure Draft* em 1999, a que se seguiram testes, comentários e discussões abertas e públicas. Em 2006 estava pronta a terceira versão destas directrizes, que:

- a) apresentam os princípios do relato e especificam o conteúdo para guiar a preparação de relatórios de sustentabilidade;
- b) auxiliam as organizações na apresentação de uma situação balanceada e razoável do seu desempenho económico, ambiental e social;

- c) promovem a comparabilidade de relatórios de sustentabilidade, ao levar em consideração as considerações práticas relacionadas com a publicação de informações por um variado conjunto de organizações, sendo muitas delas com operações dispersas em extensão e geograficamente;
- d) apoiam o *benchmarking* e a avaliação do desempenho da sustentabilidade em relação a códigos, padrões de desempenho e iniciativas voluntárias;
- e) servem como instrumento para facilitar o compromisso das partes interessadas ou *stakeholders*.

Estas directrizes estabelecem indicadores específicos categorizados em económicos, ambientais e sociais. Os indicadores sociais, por sua vez, estão classificados em práticas laborais e trabalho condigno, direitos humanos, sociedade, responsabilidade pelo produto. Estas normas aplicam-se a organizações de todas as dimensões e de qualquer sector económico, se bem que existam, para alguns deles, normas complementares sectoriais, aplicáveis a contexto específicos.

4.6 Institute of Social and Ethical Accountability

Em 2001 surgiu a norma internacional SA 8000, de responsabilidade social, constituindo um padrão ético para promover o negócio socialmente responsável. Esta norma começa por definir o seu objectivo e algumas definições por si aplicadas. Por fim, são apresentados os requisitos da responsabilidade social, considerados pelo SAI.

Assim, os requisitos podem entender-se como as áreas importantes que devem ser abrangidas pela responsabilidade social das empresas: trabalho infantil, trabalho forçado, saúde e segurança, liberdade de associação e direito à negociação colectiva, discriminação, práticas disciplinares, horário de trabalho, remuneração e sistemas de gestão. Como principais objectivos desta norma podem considerar-se os seguintes:

- a) especificação dos direitos laborais, segurança e higiene, níveis de remuneração (consagrados pela Declaração Universal dos Direitos Humanos);
- b) partilha de valores com a sociedade produzindo a sua integração com ela;
- c) aumento da sustentabilidade.

Esta norma é certificável em nível de instalações, e não de toda a organização. Foi criada para controlar as condições de trabalho nas cadeias de abastecimento, com base em convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e em acordos da ONU.

4.7 Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização não governamental, brasileira, criada com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem os seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção duma sociedade sustentável e justa. Este Instituto pode considerar-se como um pólo de organização de conhecimento, troca de experiências e de desenvolvimento de ferramentas que auxiliarão as empresas a analisar as suas práticas de gestão e a aprofundar os seus compromissos com a responsabilidade social das empresas (RSE).

De acordo com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Empresarial (2003), esta organização trabalha em cinco linhas de actuação:

- a) aumento do movimento de responsabilidade social empresarial. A sua actuação consubstancia-se na sensibilização e empenho de empresas em todo o território brasileiro, articulação de parcerias, sensibilização da comunicação social para esta temática e ainda coordena a criação do comité brasileiro do *Global Compact*.;
- b) aprofundamento das práticas de RSE, recorrendo aos indicadores Ethos, que incluem versões para micro e pequenas empresas de vários sectores da economia;

- c) influência sobre os mercados e seus actores mais importantes, com o objectivo de criar um ambiente favorável à prática da RSE. Através do desenvolvimento de critérios de investimento socialmente responsável;
- d) articulação do movimento de RSE com as políticas públicas;
- e) produção de informação sobre o estado da RSE.

Neste contexto, os indicadores desenvolvidos pelo Instituto Ethos são: 1. Valores e transparência, 2. Público interno, 3. Ambiente, 4. Fornecedores, 5. Consumidores e clientes, 6. Comunidade e governo e 7. Sociedade. Foram criados como uma ferramenta de aprendizagem e avaliação da gestão da empresa relativamente à incorporação de práticas de responsabilidade social empresarial, no planeamento de estratégias e no controlo do desempenho geral da empresa. Trata-se, pois, de um instrumento de auto-avaliação e aprendizagem de uso essencialmente interno (Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, 2003).

5 CONCLUSÕES

O conceito de sustentabilidade nos negócios tem uma abrangência grande, e já não se identifica apenas com a ligação que o senso comum faz ao meio ambiente. Refere-se a novas formas de procura (clientes), a novas formas de oferta (mercados), a novas formas de fazer negócio (modelos), e também a valores universais como ética, respeito pelos direitos humanos e transparência na tomada de decisões. Vivemos numa sociedade interdependente das suas organizações, interligadas entre si, quer a montante quer a jusante, pelo que a transparência das suas decisões deverá ser comunicada sob padrões que sejam comumente compreendidos e aceites – os vários modelos de relato da responsabilidade social.

Dito de outro modo, as organizações estão a ser escrutinadas, em permanência, pela sociedade. Logo, aquelas variáveis devem ser percebidas pelos decisores como investimento, sendo geradoras de potencial bem-estar para a sociedade, e não apenas indutoras de custos de curto prazo. Representam conceitos dinâmicos, onde coexistem múltiplas dimensões, não necessariamente consistentes umas com as outras, pois cada parte interessada tem as suas próprias métricas de avaliação, representativas dos seus interesses particulares, e que não têm que coincidir com as métricas de avaliação das restantes partes interessadas.

A razão de ser e a sobrevivência a longo prazo da organização não se baseiam apenas num grupo de interessados, mas sim em todos eles. Assim, na ausência de um tipo de informação única que permita avaliar a organização ou os seus processos, devem os gestores produzir informação que contemple todas as ópticas. Uma mesma pessoa física ou jurídica pode pertencer a mais de um grupo de interesses; ao ter interesses divergentes deve poder aceder a informação suficiente para decidir, em determinado momento, a que grupo quer pertencer.

A implementação da responsabilidade social das empresas, decorrente da macro envolvente que é o desenvolvimento sustentável, conduz a uma gestão mais ética e transparente, levando à redução de consumos de recursos naturais e de energia, logo, a uma maior produtividade e conseqüente competitividade. Estes comportamentos levam à aprovação tácita pela sociedade da legitimidade da empresa (licença para operar). Para a tomada de decisões éticas, sociais e ambientais, os gestores necessitam de informação atempada e pertinente, dispondo hoje de modelos de relato daquelas dimensões, já testados e adaptados a diferentes meios envolventes específicos.

Portanto, este artigo procura sensibilizar os gestores para a necessidade de manterem as suas organizações a trabalhar, com respeito pela sustentabilidade do negócio, num contexto de soluções *win-win*, preservando o futuro das gerações vindouras. Necessitamos de aprender a desenvolver novos conceitos sobre o significado de *desempenho* para uma organização, com

novas métricas de avaliação e não apenas sob a forma financeira. Não haverá desenvolvimento sustentável nem sustentabilidade nos negócios se as organizações não forem elas próprias sustentáveis.

REFERÊNCIAS

BÄCKSTRAND, K. Multi-stakeholder partnerships for sustainable development: rethinking legitimacy, accountability and effectiveness. **European Environment - The Journal of European Environmental Policy**, v. 16, n. 5, p. 290-306, 2006. <http://dx.doi.org/10.1002/eet.425>

BARON, D. P. **Business and its environment: international edition**. 6. ed. New Jersey: Prentice Hall, 2010.

CAPRON, M.; QUAIREL-LANOIZELÉE, F. **La responsabilité sociale d'entreprise**. Paris : Éditions La Découverte, 2007.

COMISSÃO EUROPEIA. **Livro Verde – Promover um Quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas (366)**. Bruxelas, Comissão Europeia, 2001.

COMISSÃO EUROPEIA. **Código de Conduta (347)**. Bruxelas: Comissão Europeia, 2002.

DEEGAN, C. Introduction: the legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 15, n. 3, p. 282-311, 2002. <http://dx.doi.org/10.1108/09513570210435852>

DEMPSEY, M. An agenda for window-dressing or for radical change? **Working Paper**, Nathan, Griffith University, 1999.

DONNELLY, J. H. ; GIBSON, J. L. ; IVANCEVICH, J. M. **Administração: princípios de gestão empresarial**. 10. ed. Lisboa: McGraw-Hill, 2003.

DRUCKER, P. F. **The essential of Drucker**. New York, Harper Business, 2003.

DUARTE, M. M. R.; RODRIGUES, J. **Responsabilidade social e ambiental das empresas: relato e divulgação de informação**. Lisboa: Escolar Editora (no prelo), 2011.

DUARTE, M. M. R. **Os sistemas de informação ambiental e a gestão de excelência**. Coleção Teses. Lisboa: Universidade Lusíada Editora, 2006.

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

GLOBAL REPORTING INICIATIVE. **Reporting Framework Downloads**. Disponível em: <www.globalreporting.org>. Acesso em: 15 maio 2008.

INTERNATIONAL INSTITUTE FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. **Earth enterprise tool kit**, 1994. Disponível em: 15 maio 2008.

PAVA, M. L.; KRAUSZ, J. Criteria for evaluating the legitimacy of corporate social responsibility. **Journal of Business Ethics**, v. 16, n. 3, p. 337-347, 1997. <http://dx.doi.org/10.1023/A:1017920217290>

REBELO, M. J.; RODRIGUES, J. J. M.; RAMALHO, J. E. P.; PATRAQUIM, P. Contributo das políticas públicas, em Portugal, para o Desenvolvimento da Responsabilidade Social das Organizações. In: NEVES, A. O. (Coord.). **Cadernos Sociedade e Trabalho, XI - Responsabilidade Social das Organizações**. GEP/Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social, 2009. pp. 157-182.

REGO, A.; MOREIRA, J. M.; SARRICO, C. **Gestão ética e responsabilidade social das**

empresas. Cascais, Principia, 2003.

RODRIGUES, J. **Avaliação do desempenho das organizações.** Lisboa: Escolar Editora, 2010.

RODRIGUES, J. **Corporate Governance: uma introdução.** Lisboa: Ed. Pedagogo, 2008.

SROUR, R. H. **Ética empresarial – a gestão da reputação – posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais.** 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Campos, 2003.

SWIFT, T. Trust, reputation and corporate accountability to stakeholders. **Business Ethics: A European Review**, v. 10, n. 1, p. 16-26, 2001. <http://dx.doi.org/10.1111/1467-8608.00208>

UNITED NATIONS. **The Brundtland Report.** World Commission on Environment and Development, 1987. Disponível em: <<http://www.brundtlandnet.com/brundtlandreport.htm>>. Acesso em: 15 maio 2008.

UNITED NATIONS WORKING GROUP. **International Standards of Accounting and Reporting**, 1998.

ZIMMERMAN, M. A.; ZEITZ, G. J. Beyond survival: achieving new venture growth building legitimacy. **Academy of Management Review**, v. 27, n. 3, p. 414-431, 2002. <http://dx.doi.org/10.2307/4134387>