

Prefácio

A Fundação Semear, em toda a sua trajetória, tem buscado difundir o conceito e fomentar a prática da responsabilidade social. Acreditamos que, ao publicar a 3ª edição da cartilha *Responsabilidade Social: um Panorama Empresarial*, estaremos contribuindo, mais uma vez, para agregar esforços ao movimento da responsabilidade social.

Esse instrumento pode motivar a participação empresarial na construção da cidadania e disseminar conceitos que, cada vez mais, passam a fazer parte do dia-a-dia das pessoas e das empresas.

A Fundação Semear, com essa cartilha, visa ampliar e promover o crescimento da participação ativa da sociedade nas importantes questões sociais da atualidade.



Introdução

O conceito de responsabilidade social já não é mais entendido somente pela lógica de mercado, mas está sendo incorporado na filosofia da empresa, afetando desde o relacionamento com os fornecedores e clientes até a forma como ela trata a demissão de um colaborador. Por isso, é considerada uma empresa socialmente responsável aquela que é pautada por uma política institucional ética, transparente e empreendedora. É aquela que, com criatividade, gerencia e contribui com projetos sociais bem administrados, atuando ao lado de entidades da sociedade civil e do poder público, na busca de alternativas para a melhoria da qualidade de vida.

Para isso, é preciso que o debate sobre responsabilidade social seja motivador e proporcione o surgimento de novos paradigmas das relações negociais, ou seja, uma nova forma de se exercer a ação empresarial.

E é isso que buscamos com a 3ª edição da cartilha *Responsabilidade Social: um Panorama Empresarial*: a educação para o social e para a cidadania. Só assim proporcionaremos a formação de pessoas e de empresas sólidas e competitivas, porém socialmente responsáveis.

Boa leitura!

Olívio Jacobus
Presidente da Fundação Semear



Índice

O que vem mudando na economia e na gestão das empresas nestes últimos anos e qual sua influência na área social?	07
O que é um problema social?	07
O que as empresas têm a ver com os problemas sociais e ambientais? 07	
Por que a responsabilidade social (RS) é um tema que diz respeito às empresas?	07
Quem são os stakeholders?	08
O que os consumidores pensam a respeito da responsabilidade social das empresas no mundo?	08
Quais dados podem revelar parte do colapso ambiental mundial?	08
Como a questão ambiental vem sendo tratada?	09
Em Porto Alegre/RS, aconteceu o Fórum Internacional das Águas em 2003. Por que a gestão dos recursos hídricos ocupa, na atualidade, uma posição central nas discussões acerca da questão ambiental?	10
Quais dados podem revelar parte do colapso social mundial?	10
Quais dados revelam parte do colapso social no Brasil?	10
Como pode ser compreendida a responsabilidade social?	11
Como definir então a responsabilidade social empresarial (RSE)?	11
Logo, ética empresarial e responsabilidade social empresarial são assuntos afins?	11
A responsabilidade social empresarial é um tema amplo e contempla diferentes estágios e formas de atuação. Quais as principais?	12
Todas estas formas de atuação são Responsabilidade Social?	13
O que não é responsabilidade social empresarial?	13
Responsabilidade social empresarial dá lucro?	13
Cite um desafio das empresas em relação à responsabilidade social.	13
Qual o conjunto de atitudes que identificam empresas socialmente responsáveis?	13

Sendo assim, responsabilidade social empresarial independe do porte da empresa?	14
Qual a relação entre responsabilidade social e desenvolvimento sustentável?	14
O que é responsabilidade social interna e externa?	14
A responsabilidade social empresarial é um assunto novo?	14
A que tiveram associadas as discussões sobre a responsabilidade social das empresas nos anos 60?	15
Por que a responsabilidade social junto ao setor empresarial tem sido motivo de controvérsias?	15
Como são avaliadas as empresas que desenvolvem projetos sociais e políticas de responsabilidade social, mas desenvolvem produtos que envolvem riscos à saúde, segurança e meio ambiente?	15
Quais valores estão sendo destacados e observados pela sociedade em geral na conduta das empresas?	15
Quais os temas emergentes de gestão e cidadania empresarial?	16
Como a responsabilidades social pode ser concretizada em cada um dos temas nas empresas?	16
Como a responsabilidade social pode ser gerenciada no ambiente empresarial?	16
O que é a SA 8000?	17
Quantas empresas já estão certificadas?	17
Qual o objetivo da SA 8000?	17
Quais os requisitos de responsabilidade social da SA 8000?	17
Qual a percepção do consumidor brasileiro sobre os rumos da humanidade?	17
Qual a percepção do consumidor brasileiro sobre a responsabilidade social empresarial?	17
Como a responsabilidade social está sendo tratada no Brasil?	18
Quais ferramentas auxiliam no gerenciamento estratégico da responsabilidade social empresarial?	18
O que são os Indicadores Ethos de RSE?	18



O que é Balanço Social - BS?	19
Quais as principais orientações para as empresas elaborarem um Balanço Social?	19
O que é o Gife?	19
O que é investimento social privado- ISP?	19
Quem pode realizar ISP?	20
Quais os incentivos fiscais que podem ser utilizados pelas empresas na área social?	20
Como pessoas físicas podem utilizar incentivos fiscais em doações?	20
Qual a diferença entre instituto e fundação?	21
A responsabilidade social é responsabilidade só das empresas?	21
O que é Terceiro Setor?	21
Qual a expectativa dos consumidores brasileiros quanto às responsabilidades das empresas ou do governo?	21
Na opinião dos consumidores brasileiros, onde/como as empresas poderiam contribuir com a comunidade?	21
O que é empreendedorismo social?	22
O que é tecnologia social?	22
O que é marketing social?	22
O que é marketing para causas sociais?	22
Quais os benefícios do marketing para causas sociais?	22
As empresas devem divulgar sua atuação social?	22
Na percepção dos consumidores brasileiros, qual a melhor forma de comunicação sobre a responsabilidade social de uma empresa no aspecto social?	23
Na percepção dos consumidores brasileiros, quais aspectos fariam com que não voltassem a comprar produtos por fatores ligados a questões de responsabilidade social?	23
Qual o papel dos meios de comunicação na disseminação da cultura de responsabilidade social ?	23
Qual o papel da educação na disseminação da cultura de responsabilidade social?	23

Já foi realizada alguma pesquisa em âmbito nacional sobre responsabilidade social empresarial?	23
E de acordo com esta pesquisa do IPEA, como acontece a atuação social nas empresas brasileiras?	24
Quais as principais ações ou projetos que as empresas desenvolvem, segundo dados apresentados pelo IPEA?	24
Como as empresas do estado do Rio Grande do Sul foram avaliadas nesta pesquisa?	25
Já foi realizada alguma pesquisa no estado do Rio Grande do Sul sobre Responsabilidade Social Empresarial?	25
Como a responsabilidade social está sendo discutida no Governo do Rio Grande do Sul?	25
Qual o objetivo da Lei de Responsabilidade Social do Setor Público?	26
Cite alguns sistemas de avaliação e premiações em Cidadania Empresarial e Balanço Social:	26
Como o sistema de avaliação do PGPQ (Programa Gaúcho de Qualidade e Produtividade) contempla a responsabilidade social das empresas?	26
O que é um projeto social?	27
Quais indicadores podem ser utilizados na área social?	27
O que é um programa de voluntariado corporativo?	27
Como uma empresa pode apoiar um programa de voluntariado corporativo?	27
Há algum modelo para ser seguido ao se planejar a responsabilidade social?	27
Na prática, como planejar a responsabilidade social que também se adequa a uma pequena empresa?	28
Há vantagens para as empresas em implementar uma gestão de responsabilidade social?	28
O que são os 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milênio?	29
Quais são os 8 Objetivos do Milênio?	29
Como as empresas podem fazer parte desse processo?	29
Considerações Finais	30
Referências Bibliográficas	31



Responsabilidade Social: Um Panorama Empresarial

1. O que vem mudando na economia e na gestão das empresas nestes últimos anos e qual sua influência na área social?

O panorama econômico observado neste século XXI é decorrente principalmente de um amplo projeto de crescimento econômico - incentivo ao crescimento da produção - estabelecido no período após a Segunda Guerra Mundial, que esteve desarticulado a um projeto de desenvolvimento econômico e social. Somado ao processo de globalização, à alta competitividade internacional, à reestruturação do setor produtivo e à introdução de novas tecnologias esse panorama vem transformando o modelo de gestão das empresas e trazendo consigo sérias conseqüências à área social, como o agravamento dos problemas sociais, da pobreza, das desigualdades sociais e a degradação do meio ambiente.

2. O que é um problema social?

É um estado de carência de acesso de uma parcela da população a aspectos elementares de sua subsistência como alimentação e vestuário, e a serviços sociais básicos como educação, saúde, saneamento, habitação, emprego, assistência e previdência social, entre outros. Atualmente, além da irregularidade, precariedade e incerteza na obtenção de recursos para a sobrevivência, refere-se à exclusão política e cultural e à insegurança quanto ao futuro imediato.

3. O que as empresas têm a ver com os problemas sociais e ambientais?

Toda essa situação de caos social vem fazendo com que a sociedade passe a questionar cada vez mais o comportamento das empresas frente às áreas social e ambiental e a exigir maior transparência, responsabilidade e contribuição das empresas, independente de seu porte, no enfrentamento a essa realidade. Além disso, a sustentabilidade da comunidade se reflete diretamente na sustentabilidade do próprio negócio das empresas. Negócio algum sobrevive em uma sociedade que não pode consumir o que é produzido.

4. Por que a responsabilidade social (RS) é um tema que diz respeito às empresas?

Toda empresa é um conjunto de atividades desenvolvidas para produzir, distribuir e apoiar produtos e serviços, mas é também uma organização formada por grupos de pessoas que buscam a satisfação de suas necessidades, sendo importante e necessário identificar maneiras de oferecer maior valor a todas as partes interessadas ao negócio, o que é um exercício de responsabilidade social. Logo, isto ultrapassa o desenvolvimento de ações e programas sociais apenas para divulgar a empresa ou como forma compensatória, pois pressupõe uma forma de gestão planejada e inserida na cultura da empresa relacionada a ações e decisões e suas conseqüências sobre todos os envolvidos no negócio (*stakeholders*) e à sociedade como um todo.

5. Quem são os *stakeholders*?

São todas as partes direta e indiretamente envolvidas, afetadas e interessadas no negócio, cujos relacionamentos mais *diretos* são:

- acionistas
- funcionários
- fornecedores
- clientes
- comunidade
- meio ambiente
- governo

E os relacionamentos *indiretos* são:

- grupos da sociedade, organizações do Terceiro Setor, mídia, mundo acadêmico, associações comerciais e sociedade em geral, entre outros.

Uma pesquisa realizada pela Universidade de Harvard concluiu que empresas que estabelecem relações equilibradas com todas as partes interessadas cresceram 4 vezes mais que as outras.

6. O que os consumidores pensam a respeito da responsabilidade social das empresas no mundo?

- 88% acham que empresas devem usar alguns recursos para ajudar a solucionar problemas sociais;
- 84% acham que devem dar recursos para vencer problemas sociais nos países onde vendem produtos;
- 86% comprariam de empresas que amparassem iniciativas para melhorar a sociedade (*Pesquisa Atitudes de Europeus em relação a Investimento da Comunidade Empresarial/99*);
- 1/5 voltou ou deixou de comprar por causa de sua atuação;
- 2/3 confiam mais em empresas que seguem uma causa social (*Pesquisa do Milênio sobre RSE/99 realizada em 23 países*).

7. Quais dados podem revelar parte do colapso ambiental mundial?

- 80% dos recursos do planeta são usados por 16% da população mundial;
- 20% do planeta têm florestas;
- 70% das florestas originais estão no Brasil, Canadá e Rússia;
- 80% das florestas restantes foram destruídas causando erradicação de espécies, efeito estufa, aumento da temperatura;
- extração indiscriminada de recursos não-renováveis: carvão, gás e petróleo;
- 1/3 do petróleo já foi consumido e outros 2/3 serão insuficientes;
- 2/3 da população mundial poderá ficar sem água até 2025;
- 25 milhões de refugiados em 2025 por problemas com água: “guerra pela água” (*Grayson, 2002*).



8. Como a questão ambiental vem sendo tratada?

A preocupação com o meio ambiente começou a ser alvo de maiores questionamentos por parte de determinados grupos da sociedade a partir da década de 60, em função da utilização intensiva de recursos naturais por parte do setor produtivo e da necessidade urgente de regular as atividades nocivas ao meio ambiente. Em 1968, os EUA criaram a primeira lei de proteção ambiental, conhecida como *International Environmental Policy Act (NEPA)*, que obriga as empresas a apresentarem um relatório sobre os impactos ambientais de suas operações. No Reino Unido, foi estabelecido o *Esquema de Gestão e Auditorias Ambientais (EMAS)*, um regulamento da União Européia que exige que todos os Estados-membros estabeleçam procedimentos de avaliação ambiental. Em 1992, foi realizada, no Rio de Janeiro, a *ECO-92, Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, Rio +10*, que aprovou um documento denominado *Agenda 21*, estabelecendo um pacto de mudança no padrão de desenvolvimento global no qual predomina o equilíbrio ambiental e a justiça social. Em 1996, surge a série *ISO 14000*, norma globalmente reconhecida que, através de avaliações sistemáticas, documentadas e periódicas, audita e certifica o desempenho das organizações em relação à gestão ambiental. Em 1997, foi proposto no Japão o *Protocolo de Kyoto*, com o objetivo de que os países desenvolvidos assumam rígidos compromissos para a redução de 5% na emissão de 6 gases que provocam o efeito estufa em relação aos níveis de 1990, colocando um plano em prática entre 2008 e 2012. OS EUA é um dos principais países responsáveis pela emissão de gases de efeito estufa, mas se recusa a ratificar o Protocolo. Ainda em 1997, numa iniciativa da Ceres e do Programa de Desenvolvimento Humano das Nações Unidas, foi criado um método de medição, através de 103 indicadores, denominado *Global Reporting Initiative (GRI)*, com o objetivo de elevar o nível dos relatórios sociais e de sustentabilidade ao equivalente aos relatórios financeiros, cujas diretrizes, publicadas em 2000, abrangem questões econômicas, tais como salários, benefícios, produtividade, geração de empregos, treinamento e desenvolvimento de pessoal; critérios ambientais como impacto de processos, produtos e serviços no ar, água, terra e na saúde humana e fatores sociais, como rotatividade de pessoal, direitos e condições de trabalho e salários dos fornecedores. Em 1999, um outro pacto em nível mundial foi proposto pelo secretário geral da ONU, Kofi Annan, à comunidade empresarial internacional, no Fórum Econômico Mundial em Davos: o *Global Compact*, que sugere uma agenda mínima em torno de nove princípios, classificados em três temas específicos sobre direitos humanos, trabalho e meio ambiente, reconhecidos como universais, reforçando aspectos relativos ao desenvolvimento social e à conduta com os *stakeholders*, para a construção de uma sociedade mais justa. E em 2002, em Johannesburgo, África do Sul, foi realizado o *Encontro da Cúpula da Terra 2002, ou Rio +10*, em continuação à agenda proposta pela ECO- 92, no Rio de Janeiro.

9. Em Porto Alegre/RS, aconteceu o Fórum Internacional das Águas em 2003. Por que a gestão dos recursos hídricos ocupa, na atualidade, uma posição central nas discussões acerca da questão ambiental?

Conforme dados obtidos, do total da água do planeta, 97% são de água salgada e dos 3% restantes, de doce: 2,3% estão armazenados nas geleiras e calotas polares e somente 0,7% estão contidos no subsolo, lagos, rios e disponíveis para consumo humano. Mas a degradação do meio ambiente vem escasseando e contaminando rapidamente as reservas superficiais e subterrâneas dos recursos hídricos e a idéia de que a água é uma fonte inesgotável há muito está sendo superada.

Segundo alerta do Banco Mundial em relatório publicado em 1999, o século XXI poderá ser dominado por conflitos causados pela escassez de água.

10. Quais dados podem revelar parte do colapso social mundial?

- Diferença entre os 20% mais ricos e 20% mais pobres:
1913-20 vezes
1960-60 vezes
1997-74 vezes
- 20% detêm 86% da riqueza;
- 80% detêm 14%;
- 358 bilionários têm a mesma riqueza que 45% dos mais pobres;
- 12 milhões de crianças morrem de doenças curáveis e mais de 200 milhões têm desnutrição;
- 34 milhões de pessoas têm o vírus da AIDS em países em desenvolvimento;
- “abismo digital”: metade da população nunca usou um telefone e somente 6% têm internet;
- 1/3 da força de trabalho está desempregada e serão necessários 500 milhões de empregos;
- desde 1990, 85% dos empregos criados na AL são informais (Grayson, 2002).

11. Quais dados revelam parte do colapso social no Brasil?

- 27,3% da população são pessoas pobres e vivem com R\$ 443,09/mês;
- 9,9% das famílias pobres, entre 4 a 5 pessoas, vivem com R\$418,31;
- 10% mais ricos participam com 45,7% da renda nacional;
- 10% mais pobres, com 1%;
- 19,9% da população recebem até meio salário mínimo;
- 1% de proprietários detêm 44% das terras rurais (IBGE, 2003).



12. Como pode ser compreendida a responsabilidade social?

É preciso ter claro, primeiramente, que a palavra “responsabilidade” diz respeito a indivíduos, à liberdade de ação e decisão pessoais, a ter consciência sobre atos e, portanto, à possibilidade de prever os efeitos do próprio comportamento, à opção de evitar determinados comportamentos e atitudes e à necessidade de assumir as conseqüências dos atos, sejam positivos ou negativos. “Social”, por sua vez, refere-se à sociedade em geral, portanto, responsabilidade social diz respeito a responder pelos atos face à sociedade ou à opinião pública.

13. Como definir então a responsabilidade social empresarial (RSE)?

A responsabilidade social empresarial é um tema um tanto amplo e controverso porque trata de pessoas, relações e valores pessoais no ambiente dos negócios. Nesta ótica, RSE refere-se à maneira como empresários tomam as decisões nas empresas e como isto afeta a sociedade. Nesta perspectiva, o modo como as empresas tomam suas decisões e ações, ou seja, o modo como a empresa busca o sucesso do seu negócio é crucial para maior ou menor desenvolvimento da sociedade. RSE é planejar e gerir os negócios de maneira ética, respeitando valores e direitos, podendo contribuir para o desenvolvimento de uma sociedade menos desigual, mais justa e com maiores condições de acesso a produtos e serviços. É o agir corretamente e ser responsável pelo enfrentamento dos problemas sociais que assolam o mundo, tomando atitudes concretas para enfrentá-los, por uma questão de compromisso humano e social - pois toda empresa é também agente de desenvolvimento humano e social - e para o desenvolvimento de negócios sustentáveis.

14. Logo, ética empresarial e responsabilidade social empresarial são assuntos afins?

A ética orienta a conduta humana, é a parte da Filosofia que estuda o valor da consciência moral, as obrigações, o dever, a finalidade e o sentido da vida humana. Por ética empresarial, entendem-se regras e princípios que pautam decisões de indivíduos e grupos de trabalho, sendo que devem basear-se em três vetores: aplicação de princípios éticos a todos os relacionamentos, adoção de valores éticos em todas as suas práticas gerenciais, comerciais e empresariais e respeito à pessoa humana. Não há responsabilidade sem ética e vice-versa. Logo, a RSE está pautada na ética.

15. A responsabilidade social empresarial é um tema amplo e contempla diferentes estágios e formas de atuação. Quais as principais?

Responsabilidade Social das Empresas

Ação Social das Empresas

Atividades de assistência social, desde pequenas doações eventuais até grandes projetos estruturados (www.ipea.gov.br).

Investimento Social Privado

Investimento social privado é o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público. Incluem-se neste universo as ações sociais protagonizadas por empresas, fundações e institutos de origem empresarial ou instituídos por famílias ou indivíduos (GIFE, 2003).

Filantropia Empresarial

Doação de recursos privados utilizados para atendimento de fins públicos (MELO RICO, 1998).

Filantropia Estratégica

A ação de vincular doações de natureza filantrópica à estratégia e aos objetivos gerais da empresa. (FERREL, 2001).

Cidadania Empresarial

Co-responsabilidade das empresas pelo bem-estar da comunidade (MELO RICO, 1998).

Governança Corporativa

Aperfeiçoamento da gestão organizacional para padrões socialmente responsáveis, a fim de que sejam sustentáveis no longo prazo, oferecendo maior transparência aos seus acionistas (SOUTELLO ALVES, 2001).

Responsabilidade Social das Empresas

Forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente) e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários. Trata dos negócios da empresa e como ela os conduz. (www.ethos.org.br)

OBS: Atualmente, de todos estes termos, três são os mais usados por estudiosos do tema e lideranças que atuam na área: responsabilidade social empresarial, investimento social privado e ação social das empresas, pois são os que mais expressam conceitos que são praticáveis no cotidiano das empresas.



16. Todas estas formas de atuação são Responsabilidade Social?

A responsabilidade social empresarial, embora trate desde questões como filantropia, investimento e ação sociais, estratégia, gestão e marketing, em sua essência filosófica está associada ao estabelecimento de um comportamento ético, transparente e socialmente responsável com cada *stakeholder*. Portanto, pressupõe que os interesses de todos os públicos com os quais a empresa se relaciona tenham suas demandas permanentemente ouvidas e incorporadas aos negócios da empresa.

Assim, atender a apenas uma das partes interessadas, como os funcionários ou a comunidade, é um exercício inicial, um caminho para uma gestão socialmente responsável.

17. O que não é responsabilidade social empresarial?

- Não é somente realizar uma ação ou projeto na área social e não ouvir interesses de outras partes envolvidas no negócio.
- Não é atender aos interesses de apenas um dos públicos.
- Não é doação esporádica.
- Não é uma ação isolada na empresa.
- Não é uma simples estratégia de *marketing* ou vendas.
- Não é uma oposição ao lucro ou ao *marketing*.
- Não é opção da empresa, mas necessidade de sobrevivência e sustentabilidade do negócio.

18. Responsabilidade social empresarial dá lucro?

Prova de que a forma de uma empresa se relacionar com as diversas partes é um importante fator competitivo ao lado da qualidade e do preço do produto, é a rentabilidade das ações de empresas socialmente responsáveis, que no Dow Jones Sustainability, índice norte-americano de empresas cidadãs, aponta que as ações destas organizações rendem por ano 60% mais do que a média dos rendimentos no índice tradicional da Bolsa de Valores de Nova Iorque. (Gazeta do Povo, Curitiba, 05/10/2003)

19. Cite um desafio das empresas em relação à responsabilidade social.

A RSE é, antes de tudo, pessoal, pois trata do resgate de atitudes, comportamento e valores humanos individuais, como consciência e ética pessoais, solidariedade, justiça e transparência. Um grande desafio é projetar este comportamento para os relacionamentos sociais e para o ambiente empresarial, pautando decisões e ações. Responsabilidade social é conciliar discurso social e prática empresarial.

20. Qual o conjunto de atitudes que identificam empresas socialmente responsáveis?

Empresas socialmente responsáveis têm atitudes em comum: além de pagar impostos, cumprir leis e gerar empregos, também precisam respeitar a saúde e os direitos dos funcionários, realizar ações sociais nas comunidades, preservar o meio ambiente, produzir produtos e serviços de qualidade a um preço compatível, estabelecer diálogo com as

partes interessadas ao negócio, demonstrar transparência nas decisões e ações. Este conjunto de atitudes e ações torna as empresas co-responsáveis pelo processo de desenvolvimento humano e social.

21. Sendo assim, responsabilidade social empresarial independe do porte da empresa?

Exatamente, porque RSE pressupõe uma maneira de conduzir negócios e tomar decisões no ambiente empresarial, é atitude e comportamento, transformação de determinada realidade. Deve prever um diagnóstico do problema, hipóteses, objetivos, metodologia, ações, metas, resultados, indicadores, recursos humanos, técnicos, financeiros, cronograma, entre outros.

22. Qual a relação entre responsabilidade social e desenvolvimento sustentável?

Desenvolvimento sustentável é “satisfazer as necessidades do presente sem comprometer a habilidade das futuras gerações de satisfazer as suas necessidades.” (*Brundtland Commission, Economista Berman Daly anos 60, 70*). Está alicerçado em três pilares: dimensão econômica, ambiental e social. A RS é parte deste conceito mais abrangente em sua dimensão social, nos seguintes aspectos: direitos humanos, dos empregados, dos consumidores e de grupos de interesse; envolvimento comunitário; relação com fornecedores; monitoramento e avaliação de desempenho.

23. O que é responsabilidade social interna e externa?

Na **responsabilidade social externa**, o foco das ações é o atendimento a necessidades das comunidades, geralmente no entorno da empresa, através de doações de produtos e equipamentos, prestação de serviços voluntários, estabelecimento de programas de voluntariado, apoio ou financiamento de programas e projetos sociais, culturais e ambientais, entre outros.

Na **responsabilidade social interna**, o foco das ações são os funcionários e seus dependentes, podendo estender para os terceirizados e parceiros. Refere-se a questões como gestão de questões relativas ao trabalho, ambiente, direitos, crescimento e desenvolvimento profissionais, benefícios e remuneração, entre outros.

24. A responsabilidade social empresarial é um assunto novo?

Há registros de que a RSE começou a ser discutida no século XVI, mas tornou-se assunto público em 1919, no caso Dodge versus Ford. Henry Ford comunicou aos demais acionistas que os lucros da companhia seriam reinvestidos para fins de expansão da empresa, empregar mais funcionários, ajudá-los a organizar suas vidas e seus lares, disseminar benefícios e diminuir os preços dos automóveis. O caso foi levado à Corte Suprema, pelos demais acionistas, que negou o pedido de Ford com a justificativa de que uma empresa comercial é organizada para o lucro dos acionistas. Na década de 60, o tema novamente ganhou notoriedade.



25. A que tiveram associadas as discussões sobre a responsabilidade social das empresas nos anos 60?

O marco para o movimento da RSE, que ocorreu nos EUA e Europa nos anos 60, foi motivado por uma conscientização de indivíduos e grupos da sociedade frente à decadência de grandes centros urbanos, ao aumento dos problemas ambientais, como a poluição, a remoção de lixo tóxico e nucleares, e à ascensão do consumismo-movimento contra o consumo inconseqüente e desenfreado, que tornou conhecido o nome do ativista Ralph Nader na esfera de direitos dos consumidores e da ambientalista Rachel Carson.

Nessa época, os EUA e Europa ainda não conviviam com a gravidade de outros problemas sociais que atualmente também já fazem parte de seu cotidiano.

26. Por que a responsabilidade social junto ao setor empresarial tem sido motivo de controvérsias?

As empresas são consideradas a principal força de crescimento e desenvolvimento econômico, logo, são o centro das atenções e trazem consigo maiores responsabilidades e outras expectativas sobre sua contribuição no enfrentamento aos problemas que assolam a humanidade.

Assim, a idéia de que a razão de existir de uma empresa é somente gerar lucros aos seus acionistas está sendo questionada, uma vez que uma empresa é formada por grupos de pessoas com diferentes interesses e necessidades, cujas demandas precisam ser ouvidas e atendidas.

Além disso, muitas empresas se utilizam de uma ação na área social, a título de “responsabilidade social”, apenas para *marketing* e promoção da marca da empresa. Mas isto é uma prática que não sustenta a imagem, porque responsabilidade é transparência e ética, e os consumidores já estão mais atentos a este comportamento.

27. Como são avaliadas as empresas que desenvolvem projetos sociais e políticas de responsabilidade social, mas desenvolvem produtos que envolvem riscos à saúde, segurança e meio ambiente?

Essa questão também é controversa, mas, sendo a responsabilidade social compreendida como uma forma de conduzir os negócios, refere-se à forma de gestão, a como os processos são desenvolvidos e conduzidos em toda a cadeia de valor da empresa e não apenas ao produto que a empresa produz. Além disso, há maneiras de tornar o consciente o consumo do produto.

28. Quais valores estão sendo destacados e observados pela sociedade em geral na conduta das empresas?

A ética, a transparência, o respeito, a equidade, a qualidade, a solidariedade, a responsabilização, a responsabilidade, entre outros.

29. Quais os temas emergentes de gestão e cidadania empresarial?

Os temas emergentes são:

- Comunidade
- Saúde e bem-estar
- Diversidade e direitos humanos
- Meio ambiente e ecologia

30. Como a responsabilidades social pode ser concretizada em cada um dos temas nas empresas?

Empresas e comunidades: ações para comunidades geográficas: local, vizinha e de impacto; de identidade e interesses; recrutamento de funcionários e contratação de serviços; estabelecimento de programas e projetos sociais; trânsito seguro de pessoas e produtos; serviços de gestão, doação de equipamentos, espaços; ações educativas, qualificação profissional; assistência à saúde, programas educacionais; interesse dos funcionários.

Empresas e meio ambiente: produção e consumo responsáveis; monitorar poluentes e cuidar com emissão de gases; criar tecnologias limpas; poupar energia e água; tratar e reciclar lixo; despejo eficiente; preservar florestas, solo, ar, água e biodiversidade; cuidado com extração de recursos não-renováveis; turismo ecológico e educacional.

Empresas e a saúde e bem-estar: proteção contra efeitos nocivos de atividades e produtos; proteção a produtos geneticamente modificados; assistência aos dependentes; complementar assistência à saúde e estender a dependentes; saúde pessoal, física e mental, stress, depressão, alcoolismo, drogas, HIV, boa forma; equilíbrio entre trabalho e lazer; licença paternidade ou motivos familiares; segurança no emprego e capacitação profissional.

Empresas e diversidade e direitos humanos: direito à justiça, igualdade, coerência independente de cor, sexo, raça, credo, orientação sexual; assistência à terceira idade; vigilância em práticas sobre emprego, contratação, demissão, negociação coletiva, discriminações, portadores de necessidades especiais, mão-de-obra infantil, escrava, direitos trabalhistas, incluindo fornecedores e parceiros (GRAYSON, 2002).

31. Como a responsabilidade social pode ser gerenciada no ambiente empresarial?

- Auditoria da Qualidade *Série ISO 9000*. Critérios de Excelência
- Auditoria Ambiental *Série ISO 14000*
- Guias sobre Sistemas de Gestão da Segurança e Saúde no Trabalho: *OHSAS 18001*, Normas Britânicas *BS 7750 e BS 8800*
- Padrão internacional de gerenciamento da RSE para aperfeiçoamento da comunicação e diálogo com stakeholders baseado na redefinição de valores e desenvolvimento de metas de desempenho ético e social: *AA 1000*
- 1º Norma de Responsabilidade Social Internacional: *SA 8000*



32. O que é a SA 8000?

É a primeira e única Norma de Responsabilidade Social Internacional, criada em 1997, pelo Council of Priorities Accreditation Agency (CEEPA)-órgão credenciador do Conselho de Prioridades Econômicas, hoje SAI- Social Accountability International, impulsionada por denúncias de utilização de mão-de-obra infantil e escrava na indústria de brinquedos chinesa.

Seus elementos normativos relativos ao sistema de auditoria foram retirados das convenções da OIT-Organização Internacional do Trabalho, Declaração Universal dos Direitos do Homem da ONU e da Convenção das Nações Unidas dos Direitos da Criança, num exemplo de concordância global. É o exercício da RSE interna. (www.ethos.org.br)

33. Quantas empresas já estão certificadas?

O processo, que envolve toda a cadeia produtiva, tem aproximadamente 164 empresas certificadas no mundo e 9 empresas no Brasil: De Nadai (investimento de aproximadamente R\$ 400 mil), produtora de alimentos de Santo André/SP, AFL Brasil, Avon do Brasil, BRINOX, Cesp, Cosmotec,

Indústrias Santa Elisa, Oxiteno, Weckerle, Dana Albarus, entre outras.

34. Qual o objetivo da SA 8000?

É demonstrar às partes interessadas que a empresa tem políticas voltadas a desenvolver, manter e executar procedimentos com o objetivo de gerenciar temas que podem ser controlados ou influenciados pelas empresas. Possibilita que empresas certificadas tenham a reputação de sua marca protegida e reconhecida no mundo todo, o que é um diferencial altamente competitivo e poderá tornar-se uma exigência.

35. Quais os requisitos de responsabilidade social da SA 8000?

1. Trabalho Infantil
2. Trabalho Forçado
3. Saúde e Segurança
4. Liberdade de Associação e Direito à Negociação Coletiva
5. Discriminação
6. Práticas Disciplinares
7. Horário de Trabalho
8. Remuneração
9. Sistemas de Gestão

36. Qual a percepção do consumidor brasileiro sobre os rumos da humanidade?

- 71% discordam que o mundo esteja no caminho certo (*Pesquisa Ethos 2004*).

37. Qual a percepção do consumidor brasileiro sobre a responsabilidade social empresarial?

- 35% concentram-se em gerar lucro, pagar impostos, gerar empregos e cumprir a lei;

- 44% acham que devem ir além , ajudando a construir uma sociedade melhor e estabelecer padrões éticos elevados;
- 48% acham que as empresas e indústrias se esforçam muito para assegurar que tenhamos comunidades saudáveis que sejam agradáveis de se viver;
- 70% acreditam que as grandes empresas deve estar diretamente envolvidas na resolução dos problemas sociais;
- 54% concordam que elas estão fazendo um bom trabalho em construir uma sociedade melhor para todos (*Pesquisa Ethos 2004*).

38. Como a responsabilidade social está sendo tratada no Brasil?

O *Instituto Ethos de Responsabilidade Social* , criado em 1998, é uma associação de empresas interessadas em desenvolver suas atividades de forma socialmente responsável, num permanente processo de avaliação e aperfeiçoamento. O Ethos dissemina práticas de responsabilidade social empresarial, ajudando as empresas a compreenderem e incorporarem o conceito do comportamento socialmente responsável e também fornece várias ferramentas de gestão disponibilizadas gratuitamente na internet como o *Guia dos Primeiros Passos*, o *Guia de Elaboração de Relatório e Balanço Social* , os *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial*, a *Norma SA 8000*, que contemplam um amplo espectro de itens sobre os quais todas as relações da empresa com os *stakeholders* devem ser orientadas e avaliadas. Além disso, realiza uma pesquisa anual, a *Responsabilidade Social das Empresas - Percepção e Tendências do Consumidor Brasileiro*, que avalia a opinião dos consumidores sobre a responsabilidade social nas empresas.

O Instituto Ethos é filiado ao *Business for Social Responsibility (BSR)*, uma organização comercial dos EUA formada em 1992, composta por mais de 1200 empresas, cujo foco de ação é desenvolver e auxiliar as empresas na implementação de políticas e práticas de negócios que honrem a ética nas relações, o alto desempenho, a inovação e a prosperidade corporativa. No Rio Grande do Sul, a Fundação Semear, criada em 1996, trabalha fortemente com a questão da responsabilidade social empresarial, com foco em investimento social privado.

39. Quais ferramentas auxiliam no gerenciamento estratégico da responsabilidade social empresarial?

Aqui no Brasil os mais utilizados são o Balanço Social e os Indicadores Ethos de RSE (www.ethos.org.br).

40. O que são os Indicadores Ethos de RSE?

São um instrumento de auto-avaliação, acompanhamento e monitoramento das práticas empresariais de responsabilidade social. O questionário avalia sete grandes temas relevantes:

1. Valores e transparência
2. Funcionários e público interno
3. Meio ambiente



4. Fornecedores
5. Consumidores/clientes
6. Comunidade
7. Governo e sociedade

Cada tema é subdividido em indicadores, que avaliam o estágio em que se encontra a empresa neste tema, possibilitando, assim, um processo de melhoria contínua do desempenho em cada tema e um planejamento para a empresa alcançar um grau mais elevado de responsabilidade social.

41. O que é Balanço Social - BS?

É um relatório elaborado a partir de informações e indicadores específicos sobre investimentos e ações de empresas no cumprimento de sua função social. É utilizado também como instrumento de melhoria de gestão de indicadores sociais, econômicos e ambientais. Foi criado em 1977, na França, onde sua publicação é obrigatória em empresas com mais de 300 funcionários. No Brasil, o BS foi discutido em 1977 pela ADCE-Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas e em 1997, pelo IBASE- Instituto de Análises Sociais e Econômicas. (www.ethos.org.br)

42. Quais as principais orientações para as empresas elaborarem um Balanço Social?

Um Balanço Social não limita-se a descrição de doações ou projetos sociais, mas permite a descrição de ações através de indicadores sociais, econômicos e ambientais, passíveis de verificação através de comprovação de dados e comparação com períodos anteriores. A importância de um BS reside na possibilidade de estabelecimento de um processo de melhoria contínua destes indicadores, envolvendo todas as áreas da empresa fazendo com que o BS evolua para um sistema de gestão em responsabilidade social, sendo considerado a principal ferramenta de comunicação da atuação social da empresa. Um *Guia de Elaboração do Balanço Social*, encontra-se disponível gratuitamente no site do Ethos.

Existem os modelos: Ethos, IBASE e Global Reporting Initiative (GRI), para orientação das empresas.

43. O que é o Gife?

O GIFE - Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (www.gife.org.br) é a primeira associação da América do Sul a reunir organizações de origem privada que financiam ou executam projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público. O GIFE baseia seu trabalho no fortalecimento político-institucional, na capacitação e no apoio à atuação estratégica de seus associados e de empresas, institutos e fundações de origem empresarial na área do investimento social privado.

44. O que é investimento social privado- ISP?

Investimento social privado (ISP) é o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público. Incluem-se neste universo as ações sociais protagonizadas por empresas, fundações e institutos de origem empresarial ou instituídos por famílias ou indivíduos.

A preocupação com o planejamento, o monitoramento e a avaliação dos projetos é intrínseca ao conceito de investimento social privado, e um dos elementos fundamentais na diferenciação entre essa prática e as ações assistencialistas. Diferentemente do conceito de caridade, que vem carregado da noção de assistencialismo, os investidores sociais privados estão preocupados com os resultados obtidos, as transformações geradas e o envolvimento da comunidade no desenvolvimento da ação. (GIFE, 2003)

45. Quem pode realizar ISP?

Podem realizar investimento social privado (ISP) empresas, fundações e institutos de origem empresarial ou instituídos por famílias ou indivíduos.

46. Quais os incentivos fiscais que podem ser utilizados pelas empresas na área social?

Atualmente há dois tipos de incentivos fiscais utilizados:

O governo federal concede a empresas com lucro real dedução de valores investidos em *projetos de produção audiovisuais* através da Lei 8.685/93 e *projetos culturais pela Lei Rouanet de Incentivo à Cultura, Lei 8.313/91* que podem ser deduzidos integralmente como despesas operacionais e ainda novamente no IR(30 a 40% do valor investido) respeitando o limite de até 4% do IR a pagar. Em grande parte das capitais, leis de incentivo à cultura permitem deduzir do Imposto Predial e Territorial Urbano(IPTU) de parte dos valores doados.

Fundo da Criança e do Adolescente: empresas tributadas pelo regime de lucro real podem efetuar doações ao Fundo a serem deduzidas no limite de 1% do IR devido para execução de políticas de proteção especial, mediante repasse a programas de entidades governamentais e ongs.

O governo federal autoriza as empresas tributadas em lucro real a deduzirem, como despesa operacional, doações de até 2% do lucro operacional bruto, para entidades sem fins lucrativos qualificadas como *Oscips-Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público*, Lei 9.790/99 ou entidades declaradas de Utilidade Pública Federal pela Lei 911/35.(GIFE, 2002)

47. Como pessoas físicas podem utilizar incentivos fiscais em doações?

Em doações efetuadas para o Fundo da Criança e do Adolescente, PF podem reduzir até 6% do IR devido para declarações em formulário completo-sem usar o desconto padrão de 20%. O governo federal concede também dedução de valores investidos em projetos de produção audiovisuais através da Lei 8.685/93 e projetos culturais pela Lei Rouanet de Incentivo à Cultura 8.313/91 respeitando o limite de até 6% do IR a pagar. Em grande parte das capitais, leis de incentivo à cultura permitem deduzir do Imposto Predial e Territorial Urbano(IPTU) de parte dos valores doados.(GIFE, 2002)



48. Qual a diferença entre instituto e fundação?

No plano legal, os *institutos* correspondem a personalidades jurídicas denominadas associações, que são entidades criadas necessariamente a partir de idéias e esforços de mais de uma pessoa, em torno de um propósito que não tenha finalidade lucrativa. Uma *fundação* é um patrimônio destinado a servir, sem intuito de lucro, a uma causa de interesse público determinada, que admite ser constituída a partir de um instituidor único ou de vários instituidores em conjunto. As fundações são constituídas a partir de uma dotação de bens de um patrimônio para servir a uma causa predefinida. O processo de criação de uma fundação demanda a elaboração e aprovação de um estatuto. As fundações encontram-se sujeitas ao controle do Ministério Público.

49. A responsabilidade social é responsabilidade só das empresas?

A responsabilidade social diz respeito aos três setores da economia, que deverão articular esforços para enfrentar esta realidade social e construir uma sociedade melhor. São eles:

1° Setor - Governo

2° Setor - Mercado

3° Setor - Sociedade Civil Organizada-ONGs.

No Primeiro Setor, são utilizados recursos públicos para fins públicos.

No Segundo Setor, são utilizados recursos privados para fins privados e públicos.

No Terceiro Setor, são utilizados recursos privados e públicos para fins públicos.

50. O que é Terceiro Setor?

O Terceiro Setor é representado pelas organizações da sociedade civil - movimentos, organizações e associações que buscam soluções aos problemas sociais (organizações sem fins lucrativos, não-governamentais, incluindo, logo, organizações empresariais com fins públicos como institutos e fundações, associações recreativas, assistenciais, culturais, recreativas, científicas e educacionais, museus e bibliotecas). É mantido pela complementariedade de recursos públicos e privados. Nos EUA, o Terceiro Setor chegou a representar 12,4% do PIB entre 1975-1995 - daí sua relevância - e, no Brasil, movimentava 12 bilhões ao ano, emprega 1,2 milhão de pessoas e atrai 1,5 milhão de voluntários - segundo dados da PUC-RJ - e a participação no PIB é de 1,5%.

51. Qual a expectativa dos consumidores brasileiros quanto às responsabilidades das empresas ou do governo?

26% do governo 42% de ambos 19% das empresas (*Pesquisa Ethos 2002*).

52. Na opinião dos consumidores brasileiros, onde/como as empresas poderiam contribuir com a comunidade?

- 24% na redução da pobreza;
- 20% na melhoria da educação;
- 16% na redução da criminalidade;

- 16% melhorando cuidados com saúde;
- 6% limpando o meio ambiente;
- 18% todas estas (*Pesquisa Ethos 2002*).

53. O que é empreendedorismo social?

É a promoção de mudanças na área social que servem à comunidade através da identificação de novos processos, produtos e serviços, criando formas de sustentação e reaplicabilidade da atividade e/ou solução encontrada. Conjuga práticas de mercado e visão empresarial com desenvolvimento humano e soluções para as questões sociais.

54. O que é tecnologia social?

É um conjunto de ferramentas, técnicas -metodologias, cursos publicações, sistemas de informação - a partir dos quais se estimula a adoção de conhecimentos, atitudes e práticas para ampliar o impacto das intervenções sociais.

55. O que é *marketing* social?

É comunicar questões importantes à sociedade de uma maneira mais eficaz, de modo a gerar mudança de atitudes e comportamentos sociais. Não é fazer *marketing* da atuação social da empresa. Ex: campanhas sobre AIDS para conscientizar e modificar o comportamento da população sobre o uso de preservativos.

56. O que é *marketing* para causas sociais?

Associa uma empresa ou marca a uma questão ou causa social relevante, em benefício mútuo. É uma atividade comercial através da qual as empresas e instituições de caridade ou causas formam uma parceria para comercializar uma imagem, produto ou serviço em benefício mútuo.

Ex: uma empresa de cosméticos, cuja clientela é feminina e que associa a marca a um trabalho de prevenção ao câncer de mama realizado pelas suas revendedoras, que também vendem camisetas e parte da renda é revertida para uma instituição com este fim.

57. Quais os benefícios do *marketing* para causas sociais?

- A associação entre uma boa causa influencia os consumidores;
- A associação entre uma boa causa pode ajudar a sustentar um preço maior;
- 86% dos consumidores têm uma imagem mais positiva das empresas;
- 64% dos consumidores estão dispostos a pagar um pouco mais por produtos;
- 61% dos consumidores mudariam para uma marca associada a causas sociais (Pringle e Thompson, 2000).

58. As empresas devem divulgar sua atuação social?

Com certeza, pois é uma forma de estimular e mobilizar outras empresas a seguirem o exemplo, além de divulgar maneiras de como atuar, pois muitas empresas querem colaborar e não sabem por onde começar.



59. Na percepção dos consumidores brasileiros, qual a melhor forma de comunicação sobre a responsabilidade social de uma empresa no aspecto social?

- 33% numa etiqueta nos produtos da empresa;
- 26% numa certificação do governo dizendo isto;
- 19% relatório anual sobre desempenho social;
- 13% se envolver em trabalhos junto a ONGs;
- 6% todas (*Pesquisa 2002 Ethos*).

60. Na percepção dos consumidores brasileiros, quais aspectos fariam com que não voltassem a comprar produtos por fatores ligados a questões de responsabilidade social?

- 43% veicula propaganda enganosa;
- 39% causou danos físicos ou morais aos seus trabalhadores;
- 36% vende produtos nocivos à saúde dos consumidores;
- 33% polui o meio ambiente;
- 31% usa mão-de-obra infantil;
- 30% colaborou com políticos corruptos;
- 26% coloca idosos, crianças e mulheres em situações constrangedoras;
- 23% sonega impostos;
- 2% provoca fechamento de pequenos empresários locais;
- 11% suborna agentes públicos (*Pesquisa Ethos 2002*)

61. Qual o papel dos meios de comunicação na disseminação da cultura de responsabilidade social ?

Os meios de comunicação têm grande poder de influenciar em mudança de atitude e comportamento das pessoas e sociedade, e de promover a responsabilidade social, portanto, a expectativa é de que, ao criarem e transmitirem mensagens o façam de modo ético, transparente e verdadeiro, de modo a realmente contribuírem para maior conscientização e engajamento por parte da sociedade em relação aos problemas sociais e enfrentamento desta realidade social.

62. Qual o papel da educação na disseminação da cultura de responsabilidade social?

A responsabilidade social deve partir, primeiramente, pela forma de atuação e interação entre escolas e universidades e todos os públicos com os quais se relacionam. Também deve fazer parte das discussões desde os dirigentes, professores, alunos e todos os profissionais inseridos no contexto, além de ser uma disciplina incluída no currículo em todas as faculdades, complementada pela ética e cidadania. Assim também nas escolas, pois é co-responsabilidade das universidades e escolas conscientizar e preparar cidadãos e profissionais conscientes de seu compromisso social na construção de uma sociedade melhor e um ambiente empresarial ético.

63. Já foi realizada alguma pesquisa em âmbito nacional sobre responsabilidade social empresarial?

Foi realizada uma pesquisa abrangendo 5 regiões do Brasil e somando quase 7 mil empresas, entre 1999 e 2001, pelo IPEA, órgão do Gover-

no, que avaliou a ação social das empresas para 2 públicos: funcionários e comunidade. (www.ipea.gov.br/asocial). A revista Exame também edita o *Guia da Boa Cidadania Corporativa*, com as melhores práticas e projetos de responsabilidade social em âmbito nacional.

64. E de acordo com esta pesquisa do IPEA, como acontece a atuação social nas empresas brasileiras?

As conclusões desta pesquisa baseiam-se principalmente na ação social das empresas de pequeno porte, mas sua atuação é significativa porque estas representam praticamente 70% das empresas brasileiras pesquisadas.

A atuação social tem as seguintes características:

- Investimentos concentram-se mais em ações de assistência social, doação de recursos financeiros ou em material e equipamentos.
- Menor investimento com educação, qualificação profissional, saúde, desenvolvimento comunitário e meio ambiente.
- Principal público-alvo beneficiado são as crianças;
- Há pouca ou nenhuma documentação das ações e pouca divulgação.
- A participação dos empregados é pouco expressiva.
- A frequência da atuação social é eventual.
- As principais razões de investir são motivos humanitários, como aumentar a satisfação dos empregados, a qualidade e produtividade do trabalho e melhorar a imagem da empresa.
- Como resultados principais, aumentou a satisfação pessoal do dono, melhoraram as condições de vida e o relacionamento com as comunidades, aumentou a produtividade dos funcionários, melhorou a imagem da empresa.
- Dificuldades relatadas para realizar ações sociais são a falta de recursos e poucos incentivos por parte do governo.
- Há pouco interesse das empresas em expandirem a ação social (Pesquisa Ação social IPEA 1999/2001).

65. Quais as principais ações ou projetos que as empresas desenvolvem, segundo dados apresentados pelo IPEA?

- Atendimento à saúde.
- Campanha de prevenção à aids, com distribuição de material educativo e preservativos.
- Campanhas de arrecadação de alimentos, vestuários, brinquedos dentro das empresas ou por meio dos empregados.
- Campanhas educativas na comunidade e em escolas, realizadas por funcionários da empresa.
- Capacitação e apoio a funcionários para trabalho voluntário.
- Concursos e prêmios na área de educação.
- Concursos e prêmios para projetos comunitários e ONGs..
- Construção e manutenção de escolas, hospitais.
- Criação e manutenção de companhias de dança, teatro e programas de esportes.
- Formação de bibliotecas.
- Manutenção de centros de formação profissionais e escolas de enfermagem.



- Cursos de especialização de colaboradores.
- Participação direta em atividades exercidas em ongs e eventos das comunidades.
- Preparação, publicação e distribuição de material escolar.
- Promoção de visitas educativas domiciliares nas comunidades.
- Realização de palestras educativas e oficinas.
- Aplicação de flúor e escovas de dentes a crianças carentes.
- Treinamento e recolocação de idosos, portadores de necessidades especiais e jovens carentes.

É preciso reconhecer que estas ações são importantes e minimizam carências.

66. Como as empresas do estado do Rio Grande do Sul foram avaliadas nesta pesquisa?

A região Sul surpreendeu, principalmente o Rio Grande do Sul, por apresentar o menor índice de realização de ações sociais entre todos os estados pesquisados.

67. Já foi realizada alguma pesquisa no estado do Rio Grande do Sul sobre Responsabilidade Social Empresarial?

A Fundação Semear, de Novo Hamburgo, realizou uma pesquisa em 2001, sobre as empresas do Vale do Rio dos Sinos e outra em 2002, em todo o Rio Grande do Sul, cujos resultados foram apresentados no I Salão Gaúcho de Responsabilidade Social, e estão disponíveis para consulta no site: www.fundacaosemear.org.br.

68. Como a responsabilidade social está sendo discutida no Governo do Rio Grande do Sul?

- Lei 11.196/1998- *Inclusão e Promoção Social e Programa Estadual da Solidariedade*: prevê que empresas recebam incentivos fiscais ao colaborarem em programas sociais.
- Lei nº. 11.440/2000- *Prêmio Balanço Social e Certificado de Responsabilidade Social*: a Assembléia Legislativa do Estado do RS avalia e premia empresas que, através do BS, demonstram que cumprem sua função social; (www.al.rs.gov.br/respsocial).
- Lei nº.11.693/2001- *Lei da Solidariedade*, no terceiro sábado de maio é realizado anualmente o Dia da Solidariedade, caracterizado por um mutirão de ações e prestação de serviços gratuitos.
- *Comitê de Solidariedade da AL*: criado com o objetivo de estimular a cultura de solidariedade, desenvolve ações em parceria com empresas, ong e setor público como instrumento de transformação social.
- Projeto de *Lei de Responsabilidade Social do Setor Público* nº. 303/2003: Através de discussões de uma Comissão Especial de Responsabilidade Social, voluntária e constituída com integração do setor público, empresas e ongs, foi discutido e aprovado projeto de lei que institui a Responsabilidade Social à Gestão do Setor Público.
- *Fórum Permanente de Responsabilidade Social da AL*: criado em 2004 em continuidade à Comissão, tem entre os objetivos, contribuir para consolidar o movimento da RS no estado do RGS.

69. Qual o objetivo da Lei de Responsabilidade Social do Setor Público?

A Lei estabelece parâmetros para uma gestão pública socialmente responsável baseada em diagnóstico e planejamento de ações com a participação da sociedade, balizada por indicadores e metas sociais, sistemas de acompanhamento, avaliação e prestação de contas públicas, além de maior transparência e otimização na utilização dos recursos públicos, tudo em parcerias com a iniciativa privada e terceiro setor.

70. Cite alguns sistemas de avaliação e premiações em Cidadania Empresarial e Balanço Social:

- **Guia da Boa Cidadania Corporativa:** escolha e publicação das melhores práticas de responsabilidade divulgados pela Revista Exame em parceria com o Ethos (www.exame.com.br);
- **Selo Empresa Amiga da Criança:** A Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente, sem fins lucrativos, apóia o Programa Empresa Amiga da Criança que confere o selo a empresas que se engajam numa atuação social em favor da criança e do adolescente, em especial a erradicação do trabalho infantil. (www.fundabrinq.org.br)
- **Prêmio Responsabilidade Social RS** da Assembléia Legislativa (www.al.rs.gov.br)
- **Top Cidadania ABRH:** Premia programas e projetos sociais de Cidadania Empresarial(comunidade) que envolva Investimento Social Privado baseado em princípios éticos e de cidadania, sem o objetivo de lucro e/ou caráter assistencialista, seja de empresas públicas ou privadas e independente de porte. (www.abrh-rs.com.br)
- **Prêmio Balanço Social:** Numa realização da ABERJE-Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, APIMEC- Associação dos Analistas e Profissionais de Investimentos do Mercado de Capitais, FIDES-Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social, Ethos e IBASE, são avaliados e premiados Balanços Sociais aprovados em critérios de Abrangência e Integridade, Consistência e Credibilidade (www.ethos.org.br)

71. Como o sistema de avaliação do PGPQ (Programa Gaúcho de Qualidade e Produtividade) contempla a responsabilidade social das empresas?

O critério 4- **Sociedade**, do sistema de avaliação, trata no item 4.1, da **Responsabilidade socioambiental**, que avalia como as empresas desenvolvem suas atividades de forma responsável, visando a preservação dos ecossistemas e como conscientiza e envolve a força de trabalho.

E o item 4.2- **Ética e desenvolvimento social**, que avalia as práticas relativas ao comportamento ético e transparente no relacionamento com a sociedade e a atuação da organização no apoio e desenvolvimento da comunidade e a participação da força de trabalho nas ações comunitárias. (www.portalqualidade.com)



72. O que é um projeto social?

É um instrumento técnico utilizado para a realização de uma ação social de interesse público de modo estruturado e planejado, com o objetivo de contribuir para o enfrentamento aos problemas sociais e transformação de determinada realidade. Deve prever um diagnóstico do problema, hipóteses, objetivos, metodologia, ações, metas, resultados, indicadores, recursos humanos, técnicos, financeiros, cronograma, entre outros.

73. Quais indicadores podem ser utilizados na área social?

Um indicador é um instrumento de medição que deve fornecer evidências concretas, sejam qualitativas ou quantitativas, de que os objetivos do projeto foram alcançados. Há indicadores:

- **Operacionais:** financeiros, materiais, humanos, etc;
- **Desempenho:** fornecem evidências sobre metas planejadas x alcançadas;
- **Efetividade:** fornecem evidências que objetivos específicos foram alcançados; indicam mudança de atitude, comportamento, qualidade de vida;
- **Impacto:** fornece evidências que o objetivo geral foi alcançado; indicam benefícios mais amplos e de longo prazo.

74. O que é um programa de voluntariado corporativo?

É a estruturação de um conjunto de ações realizadas pelas empresas para incentivar e apoiar o envolvimento dos funcionários na realização de atividades e ações voluntárias junto a comunidades.

75. Como uma empresa pode apoiar um programa de voluntariado corporativo?

O grau de apoio varia conforme o grau de estruturação que a empresa deseja e depende das características de cada empresa. Mas como exemplos de apoio, é possível oferecer recursos para projetos/ações assistenciais, culturais, esportivas, educacionais; utilização das dependências e equipamentos da empresa para planejar e executar ações voluntárias; utilização de horas de trabalho do funcionário para trabalho voluntário; oferecer capacitação para que o funcionário voluntário tenha mais condições de exercer trabalho voluntário; intermediar oferta e procura de trabalho voluntário, entre funcionários e instituições da comunidade, entre outras formas.

76. Há algum modelo para ser seguido ao se planejar a responsabilidade social?

Não há receita pronta, não há modelos, mas há práticas e exemplos bem-sucedidos e que podem e devem ser reproduzidos. No entanto, há algumas questões básicas, valorativas que devem fazer parte das reflexões ao se planejar a responsabilidade social empresarial:

- Responsabilidade de quem e para quem? Quem são os *stakeholders*?
- O que produz? Quanto produz? Como produz?
- Quantos funcionários eu tenho? Quais são suas competências e habilidades?

- Quem são meus clientes/fornecedores/parceiros, o que e como produzem?
- Quais os recursos físicos, instalações, equipamentos? O que temos a oferecer?
- Em qual comunidade atuamos?
- Como trato as questões ambientais?
- Quais as necessidades/carências/recursos desta comunidade?
- Como podemos somar esforços e atender demandas da comunidade?
- Como está a satisfação dos funcionários e demais colaboradores?
- Quais as demandas das demais partes interessadas no negócio?
- Como incorporar diversos interesses aos planos da empresa?
- Onde quero chegar ?
- O que pretendo com uma gestão socialmente responsável?

Enfim, um primeiro momento é sempre de *diagnóstico* da situação atual em relação a uma situação almejada. Os Indicadores Ethos e o Balanço Social oferecem o caminho de quais pontos/indicadores deverão ser levados em conta para uma atuação socialmente responsável. O passo seguinte é concretizar um *plano de ação* e estabelecer um *processo de melhoria contínua*, conduzido por um comitê de trabalho.

77. Na prática, como planejar a responsabilidade social que também se adequa a uma pequena empresa?

- crie um comitê de trabalho com participação da alta direção, incluindo terceiros ou se for uma empresa com poucos funcionários, nomeie um responsável para iniciar o trabalho;
- identifique todos os públicos com os quais a empresa se relaciona;
- faça uma análise; reflexão conforme apresentado na Q. 77;
- selecione os públicos para iniciar as ações. Os funcionários podem ser o primeiro, seguido por outro escolhido pelo comitê, seja comunidade, clientes, fornecedor, etc;
- escreva quais são as formas de relacionamento atuais e quais poderiam ser as formas socialmente responsáveis e sustentáveis da empresa para com as partes e vice-versa, podendo basear-se nos Indicadores Ethos, numa pesquisa de opinião, etc;
- identifique necessidades, expectativas e formas de atendê-las;
- desenvolva um plano para implementar as ações;
- inclua as ações nas atividades da empresa;
- registre tudo o que é feito, quanto é gasto e tempo;
- treine, informe, avalie, monitore as ações;
- envolva, sensibilize, mobilize o maior número possível de funcionários;
- divulge o que é feito e participe de premiações;
- aprenda com quem já fez.

78. Há vantagens para as empresas em implementar uma gestão de responsabilidade social?

Sim. Seja em pesquisas realizadas com empresários brasileiros ou em entrevistas de empresários em qualquer parte do mundo, a responsabilidade social é vista como fator de vantagem competitiva no mundo dos negócios, em maior ou menor grau entre os fatores abaixo relacionados;



- satisfação para empresário, funcionários e famílias;
- aumenta a motivação e a produtividade;
- melhora o ambiente de trabalho;
- melhora o relacionamento empresa e funcionário;
- melhora nas condições de vida da comunidade;
- ajuda a empresa a atrair bons funcionários;
- diminui rotatividade dos funcionários;
- ajuda a resolver ou minimizar problemas sociais;
- contribui para objetivos estratégicos da empresa;
- melhora a imagem institucional;
- maior reconhecimento do setor empresarial;
- aumento da lucratividade.

79. O que são os 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milênio?

Em setembro de 2000, a ONU - Organização das Nações Unidas, preocupada com a sustentabilidade do planeta e com os graves problemas que afetam a humanidade, reuniu 147 chefes de Estado e de governo em Nova Iorque, na Cúpula do Milênio. Foi o maior encontro de dirigentes mundiais já realizado e teve como resultado a aprovação da Declaração do Milênio das Nações Unidas, referendada pelos 189 países membros.

Essa declaração reflete a crescente preocupação com os problemas que afetam a sustentabilidade do planeta e é formada por um conjunto de oito objetivos a serem atingidos até o ano de 2015, por meio de ações concretas dos governos e da sociedade. O Brasil, em conjunto com os países-membros da ONU, assinou o pacto e estabeleceu um compromisso compartilhado com a sustentabilidade do Planeta.

80. Quais são os 8 Objetivos do Milênio?



1 Erradicar a extrema pobreza e a fome.

ACABAR COM A FOME E A MISÉRIA



2 Atingir o ensino básico universal.

EDUCAÇÃO BÁSICA DE QUALIDADE PARA TODOS



3 Promover a igualdade de gênero e a autonomia das mulheres.

IGUALDADE ENTRE SEXOS E VALORIZAÇÃO DA MULHER



4 Reduzir a mortalidade infantil.

REDUZIR A MORTALIDADE INFANTIL



5 Melhorar a saúde materna.

MELHORAR A SAÚDE DAS GESTANTES



6 Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças.

COMBATER A AIDS, A MALÁRIA E OUTRAS DOENÇAS



7 Garantir a sustentabilidade ambiental.

QUALIDADE DE VIDA E RESPEITO AO MEIO AMBIENTE



8 Estabelecer uma Parceria Mundial para o Desenvolvimento.

TODO MUNDO TRABALHANDO PELO DESENVOLVIMENTO

81. Como as empresas podem fazer parte desse processo?

A sustentabilidade global exige mudanças no comportamento de todos. As empresas podem participar incorporando à sua gestão socialmente responsável estratégias que colaborem para o desenvolvimento sustentável e para a superação dos indicadores negativos.

Considerações Finais:

Responsabilidade Social: Um Desafio Empresarial

A cada dia que passa tento responder a mim mesma: Afinal é este o mundo que quero viver? Qual a minha responsabilidade? De que forma posso fazer alguma diferença para tornar este mundo que eu vivo melhor?

E responder a estas questões também leva a compreender a essência da Responsabilidade Social e porque, quando tratada no ambiente dos negócios, ultrapassa qualquer modismo ou estratégia de marketing, pois representa a expectativa de como as empresas podem contribuir para melhores condições de vida, para uma sociedade mais justa e consequentemente negócios mais sustentáveis.

Mas o assunto é ainda controverso e é possível que a Responsabilidade Social trilhará um caminho parecido com o percorrido pelo processo de gestão pela qualidade, na década de 80, que também foi estimulado pela competitividade, pelo marketing até ser assumido como uma forma de condução de negócios que deve estar inserido na cultura da empresa. A Responsabilidade Social possivelmente possa ser compreendida nesta perspectiva.

As vantagens do investimento em Responsabilidade Social na gestão dos negócios também aparecerão no longo prazo, contabilizadas a partir da contribuição das empresas - além de outros setores da economia - no enfrentamento aos problemas sociais do Brasil, o que espera-se, resultará num contingente cada vez maior de pessoas tendo acesso aos produtos e serviços que estão sendo comercializados, porque isto também é cidadania e representa a construção de uma sociedade mais justa e, portanto, negócios mais sustentáveis.

O universo empresarial brasileiro é formado principalmente por micro e pequenas empresas, estando nestas, portanto, a força da Responsabilidade Social e o grande poder de transformação da realidade social deste País.

A elaboração desta cartilha foi resultado de uma dissertação de mestrado, com ampla pesquisa bibliográfica, participação em seminários, palestras, conversas, opiniões, artigos e não tem a pretensão de apresentar qualquer verdade absoluta sobre o tema que sabe-se, está em construção. Mas pretende oferecer uma opinião, uma reflexão e alguns subsídios que possibilitem aprofundar o interesse, o debate e o desenvolvimento de práticas socialmente responsáveis.

Rosemeri Alessio

Autora



Referências Bibliográficas:

ALESSIO, Rosemeri. Responsabilidade Social das empresas: reprodução de posturas ou novos rumos. Dissertação de mestrado. PUCRS. 2003.

ARMANI, Domingos. Como elaborar projetos sociais. Poá: Tomo Editorial, 2002.

ASHLEY, Patrícia (Org.). Responsabilidade Social Corporativa e Cidadania Empresarial: uma análise conceitual comparativa. ENANPAD, set. 2000. Disponível em: <<http://>>. Acesso em: 20 mar. 2002.

ASHLEY, Patrícia. Ética e Responsabilidade Social nos Negócios. São Paulo: Editora Saraiva, 2002.

BOWEN, Howard R. Responsabilidades Sociais dos Homens de Negócios. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1957.

BROWN, Marvin. Ética nos Negócios. São Paulo: Makron Books, 1993.

BUSATTO, Cezar. Responsabilidade Social: revolução do nosso tempo. Porto Alegre: CORAG, 2001.

CEPAL (Org.). Equidade, Desenvolvimento e Cidadania. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.

DAFT, Richard L. Administração. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1999.

DRUCKER, Peter F. Sociedade Pós-Capitalista. São Paulo: Pioneira, 1993.

_____. A Revolução do Conhecimento do Século XXI. Disponível em: <<http://www.intermanagers.com.br>>. Acesso em: 25 mar. 2000.

_____. Administrando em Tempos de Grandes Mudanças. São Paulo: Pioneira, 1996.

FERNANDES, Rubem Cesar. Privado Porém Público: o terceiro setor na América Latina. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

FERREL, O. C. Ética Empresarial: dilemas, decisões e casos. Rio de Janeiro: Reichmann & Afonso, 2001.

FONTES, Miguel. Marketing Social Revisitado. Florianópolis: Cidade Futura, 2002.

GERÊNCIA DE ESTUDOS SETORIAIS. Área de Desenvolvimento Social. Balanço Social e Outros Aspectos da Responsabilidade Corporativa. Relato Setorial, n. 2, mar. 2000. Disponível em <http://www.bndes.gov.br>.

MELO RICO, Elisabeth de. O Empresariado, a Filantropia e a Questão Social. Revista Serviço Social e Sociedade, São Paulo, n. 58, ano XIX, nov. 1998, p. 24-40.

NICHELS, William G.; WOODS, Mariah Burk. Marketing: relacionamento, qualidade, valor. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1999.

OLIVEIRA, José Arimates. Responsabilidade Social em Pequenas e Médias Empresas. Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, v. 24, n. 4, out.-dez. 1984, p. 203-210.

PALAZOLLI, Fernando. Percepção de Justiça nas Organizações como Antecedente dos Comportamentos de Cidadania Organizacional. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 7, n. 3, jul.-set. 2000, p. 1-12.

PRINGLE, Hamish; THOMPSON, Marjorie. Marketing Social: marketing para causas sociais e a construção das marcas. São Paulo: Makron Books, 2000.

SAMPAIO JUNIOR, Plínio de Arruda. Economia e Trabalho. In: OLIVEIRA, Marco Antonio de (Org.). Textos Básicos. São Paulo: UNICAMP, 1998.

SEN, Amartya. Desenvolvimento como Liberdade. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SOUTELLO ALVES, Lauro Eduardo. Governança e Cidadania Empresarial. Revista de Administração de Empresas, São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, v. 41, n. 4, out.-dez. 2001, p.78-86.

SROUR, Robert H. Ética Empresarial: posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

TOMEI, Patricia. A Responsabilidade Social da Empresa: análise quantitativa da opinião do empresariado nacional. Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, out.-dez. 1984, p.189-2002.

GRAYSON, David. Compromisso Social e Gestão Empresarial. São Paulo: Publifolha, 2002.

GRUPO DE INSTITUTOS, FUNDAÇÕES E EMPRESAS - GIFE. Investimento Social Privado no Brasil: perfil e catálogo dos associados do GIFE. São Paulo: Editora Fundação Peirópolis, 2001.

_____. Investimento Social Privado: como iniciar um programa na sua empresa. São Paulo: Takano Editora Gráfica, 2002.

GUIMARÃES, Heloísa Werneck M. Responsabilidade social da empresa: uma visão histórica de sua problemática. Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, out.-dez. 1984, p. 211-219.

GUIMARÃES, Suzana. Terceiro Setor e Responsabilidade Social. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2002.

IOSCHPE, Evelyn (Org.) Terceiro Setor: desenvolvimento social sustentado. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

IPEA. Pesquisa Ação Social das Empresas. 1999. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/asocial>. Acesso em 10 jun.2002.

KORTEN, David C. Quando as Corporações regem o Mundo. São Paulo: Futura, 1996.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1996.

MAGALHÃES, Iliana Márcia Michel. Responsabilidade Social das Empresas e a Ação Política dos Indivíduos e da Sociedade. Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, v. 24, n. 4, out.-dez. 1984, p. 220-225.

MARTINELLI, Antonio Carlos. Empresa Cidadã: uma visão inovadora para uma ação transformadora. In: IOSCHPE, Evelyn (Org.). Terceiro Setor: desenvolvimento social sustentado. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

MCINTOSH et al. Cidadania Corporativa: estratégias bem-sucedidas para empresas responsáveis. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. Gestão da Responsabilidade Social: o caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

_____. Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999

