



RESPONSABILIDADE SOCIAL E ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES

ÉTICA

○ Renato Janine Ribeiro

- relação entre moral (costume, modo) e ética (caráter, modo de ser)
- Max Weber: ética da convicção (ou ética de princípios) e ética da responsabilidade
- Ética, política e cidadania

○ Termos em voga:

- Ética da vida
- Ética do cuidado (Leonardo Boff)
- Ética e responsabilidade social

Ética e Responsabilidade Social

Moral e Valores

(Abordagem normativa)

Direitos e Deveres Cidadania

(Abordagem contratual)

Problemas sociais como
variáveis a serem
consideradas na gestão

RSE como vantagem
competitiva

(Abordagem gerencial ou
estratégica)

DIFERENTES VISÕES...

Visão liberal

Responsabilidade das empresas: empregos, lucros, impostos. O social não é de sua competência específica

Visão crítica

Empresas como vilãs

Visão política

Empresas são muito poderosas para ficar fora do debate público

ABORDAGENS – ÉTICA E RSE (KREITLON, 2004)

Ética empresarial (<i>Business Ethics</i>) Abordagem ética ou normativa	-Ramo da ética aplicada -Tratamento filosófico, normativo, moral, baseado em valores
Mercado e Sociedade (<i>Business & Society</i>) Ab. social ou contratual	-Perspectiva sociopolítica -Abordagem contratual e inter-relacionada entre empresas e sociedade
Gestão questões sociais (<i>Social issues management</i>) Ab. gerencial ou estratégica	-Natureza utilitária -Problemas sociais como variáveis a serem consideradas na gestão estratégica -RSE como vantagem competitiva e como oportunidade de negócio

1900 a 1960	-Desilusão com liberalismo -Profissionalização da gestão -Influência socialismo e movimentos <i>antitrust</i> - Debate sobre condições de trabalho, ética dos executivos e filantropia
1960 a 1980	-Mobilização cívica e revolucionária -Avanços científicos e movimentos ambientalistas -Crise do capitalismo -Surgimento da <i>Business ethics</i> (filosofia e gestão) -Distinção entre filantropia e responsabilidade: base para corrente <i>Business & Society</i>
1980 aos dias atuais	-Avanço de políticas neoliberais -Globalização e Financeirização da economia -Flexibilização da produção -Debates sobre desenvolvimento sustentável -Consolidação <i>Business & society</i> e surgimento <i>Social issues management</i>

Como a gestão social e a
gestão ambiental se
encontram?

GESTÃO AMBIENTAL – ALGUNS EVENTOS

(NASCIMENTO, 2007)

1950	1953 - Acidente de Minamata (Japão) derramamento Mercúrio – 700 mortos e 9000 doentes crônicos 1957 – Tcheliabinski (URSS) – primeiro acidente nuclear
1960	1962 – Livro: “A Primavera Silenciosa, de Rachel Carson – alerta para perigos de pesticidas e poluentes
1970	1972 – Relatório “Os limites do crescimento” – por um grupo de cientistas para a Clube de Roma 1972 – Conferência de Estocolmo – 1ª da ONU para meio ambiente – 113 países, 250 ONGs. Criação de órgãos de controle ambiental em vários países, criação do PNUMA 1976 – Acidente Seveso – Itália – incêndio indústria pesticidas, emissão de dioxinas 1978 – Selo Ecológico (Alemanha) – primeiro selo ecológico – “Selo Azul”

GESTÃO AMBIENTAL

(NASCIMENTO, 2007)

1984	Acidente de Bhopal (Índia) – gases tóxicos na atmosfera – Union Carbide. 3.300 mortos e mais de 20.000 doentes crônicos
1986	Acidente Nuclear de Chernobil (Ucrânia) – 31 mortos, 134 pessoas com síndrome aguda de radiação e 237 suspeitas. Desde o acidente, 35.000 casos de câncer na região
	Acidente de Basiléa (Suíça) – 30.000 litros de pesticida no Rio Reno – 500 mil peixes mortos
1987	Relatório “Nosso Futuro Comum” (Relatório Bruntland)
	Protocolo de Montreal – proíbe CFCs
1988	Constituição Brasileira – Cap. VI: “todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado...”
1989	Acidente Exxon Valdez (Alasca) 37 milhões de litros de óleo no mar
	Convenção da Basiléia (Suíça) – regulamenta a movimentação transfronteiriça de resíduos perigosos

GESTÃO AMBIENTAL

(NASCIMENTO, 2007)

1992	Rio 92 – 2ª Conferência ONU para o Meio Ambiente – 172 países, 10.000 participantes. Resultados: Agenda 21; Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Sustentabilidade; Princípios para a administração sustentável de florestas
1997	Criação do CEBDS – Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável Protocolo de Quioto – Convenção sobre Mudanças Climáticas Lançamento da Norma ISO 14.001
2001	Convenção de Estocolmo sobre Poluentes Orgânicos Persistentes
2002	Rio + 10 – Convenção ONU – Joannesburgo (África do Sul)
2007	2º Painel Intergovernamental das Mudanças Climáticas ONU – 2.500 cientistas, 130 países

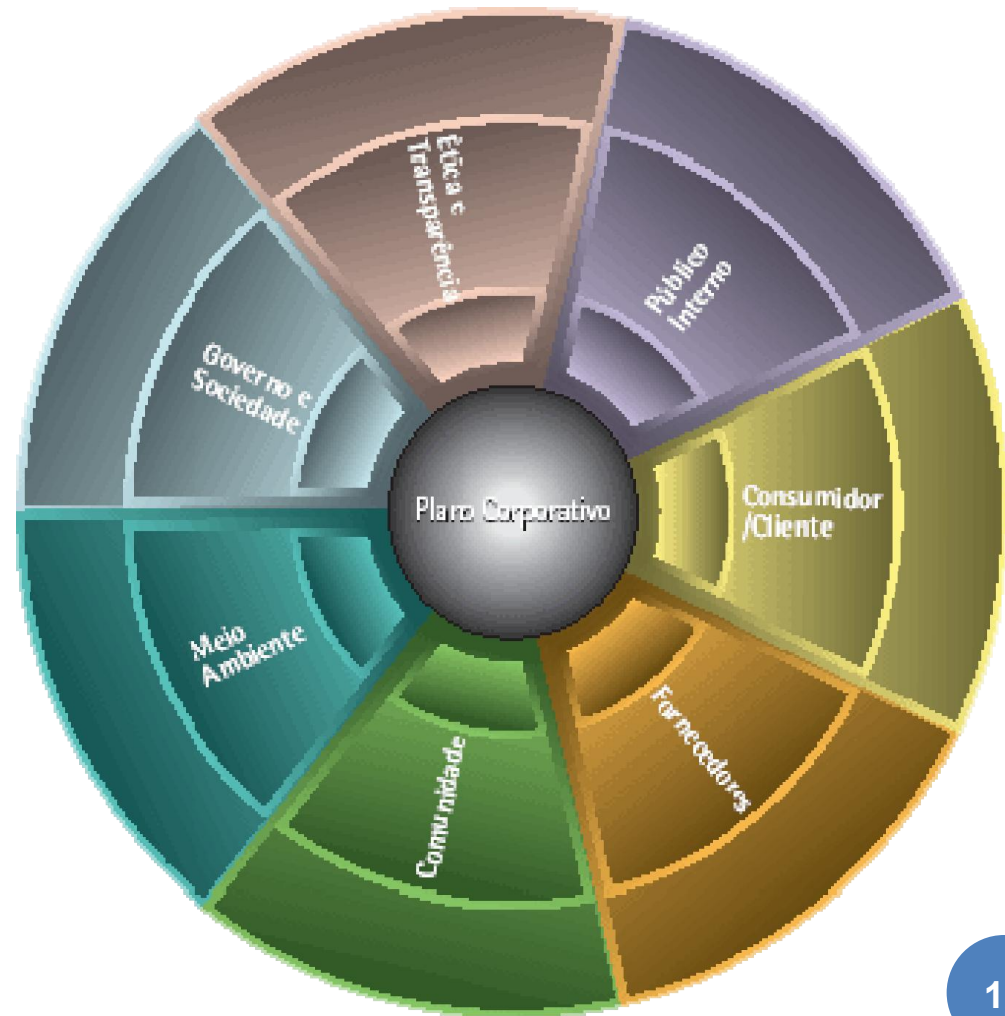
TERMOS ASSOCIADOS

- Ética
- Filantropia (Amor ao Homem)
- Cidadania corporativa (direitos e deveres)
- Responsabilidade social – *stakeholders* (partes interessadas)
- Sustentabilidade
- Governança (Corporativa)
- Investimento social privado
- Marketing
 - Marketing social
 - Marketing relacionado a uma causa

FORMAS DE ATUAR (1)

1) Atuando de maneira ética e socialmente responsável em todas as etapas de sua atividade produtiva

Sem deixar de ser rentável e competitivo



FORMAS DE ATUAR (2)

2) Mediante investimento social

- doações filantrópicas
- compartilhando capacidade gerencial e técnica
- programas de voluntariado empresarial
- iniciativas de marketing social
- apoiando iniciativas de desenvolvimento comunitário

FORMAS DE ATUAR (3)

3) Mediante
contribuição ao
debate sobre
políticas públicas,
nas áreas:

- Fiscal
- Educacional
- Produtiva (qualidade)
- Ambiental
- Responsabilidade Social
- ...
- ...

“Responsabilidade social é uma forma de gerir uma empresa que busca maximizar os efeitos positivos sobre todas as pessoas que são e podem ser impactadas pela empresa.”

“Antes de tomar qualquer decisão, questionar quem vai ser impactado por aquela decisão e se vai melhorar a vida de quem será impactado. Se a conclusão é que vai prejudicar mais do que melhorar, a decisão deve ser revista.”

Mas, por que as empresas investem na área social ou preocupam-se com responsabilidade social?

Quais as reais motivações dessas ações?

Há muitas razões para o mercado envolver-se com questões sociais...

As razões dificilmente são as mesmas de uma empresa para outra, mas os benefícios, para os negócios e para a sociedade, mostrarão que se deve incentivar a maior participação do mercado, *sem suspeitas prévias sobre seus motivadores.*

Para sensibilizar e formar uma massa de atuação social no setor empresarial é preferível utilizar argumentos de negócios do que esperar pelo senso cívico ou filantrópico.

CATEGORIAS DE RSE

	Categoria / Motivação
1	Nascem para RSE
2	Crise como motivador principal
3	Movem-se em estágios (elementar, engajada, inovadora, integrada, transformadora)
4	Querem mudar as “regras do jogo” Ex: foco na base da pirâmide Novas Tecnologias

FATORES QUE MAIS INFLUENCIAM MOVIMENTO DA RSE ATUALMENTE

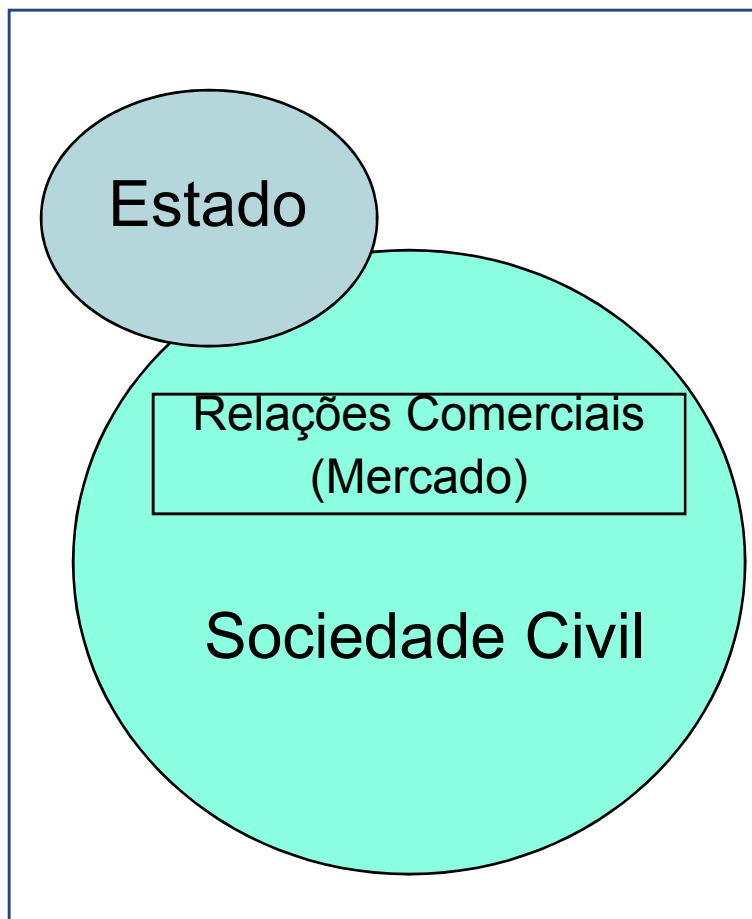
- Fundos de investimento socialmente responsáveis
- Opinião pública
- Oportunidades de mercado (estratégias focadas na base da pirâmide)
- Identidade (empresas não querem ser identificadas como poluidoras, exploradoras etc)
- Oportunidade de redução de custos

BRASIL - ELEMENTOS HISTÓRICOS

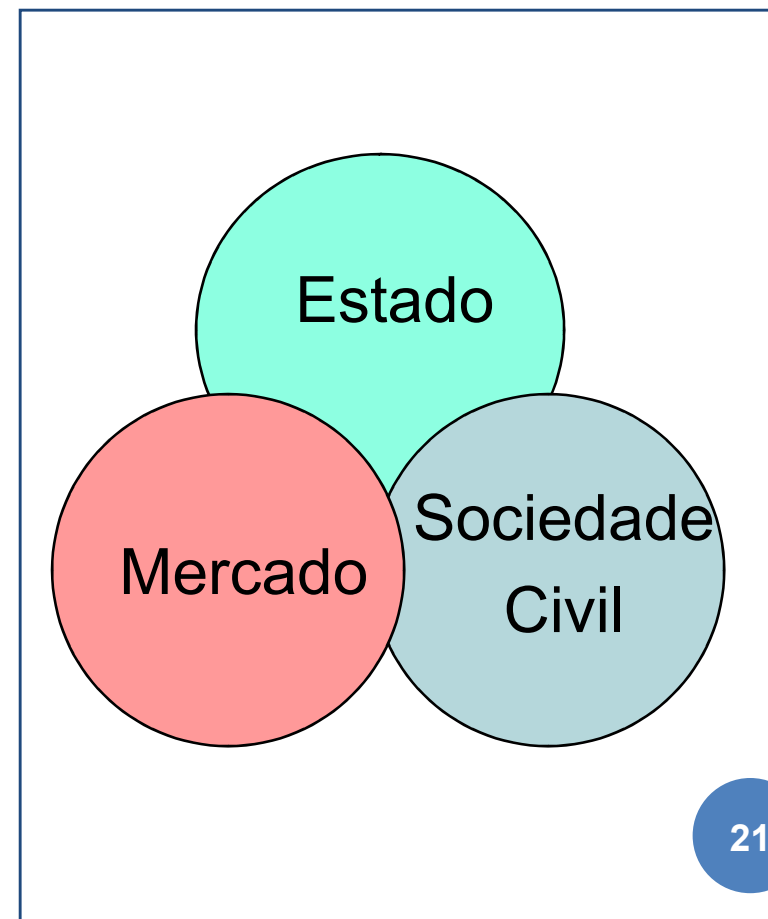
- Estado como principal agente do desenvolvimento
- Anos 1940/50: empresas estatais: desenvolvimento e serviços públicos
- “Homens de bem”: ação social principalmente por meio da Igreja
- Desigualdade histórica, sempre se atualizando
- Anos 1970 – Início do processo de reforma do Estado e de redemocratização

A CONCEPÇÃO DE SOCIEDADE CIVIL

Visão bipartite



Visão tripartite



NOVAS DEMANDAS, NOVOS PAPÉIS

- De democracia representativa para democracia participativa
- Cidadania passiva x Cidadania ativa
- Interdependência ambiental, econômica e social
- Permeabilidade das fronteiras entre público e privado - espaço público compartilhado
- Noção de co-responsabilidade pelas questões públicas

E O DESENVOLVIMENTO FOI GANHANDO ADJETIVOS...

Desenvolvimento como crescimento econômico

Desenvolvimento

- Humano (PNUD)
- Sustentável
- Solidário ou alternativo

Desenvolvimento como liberdade humana - Amartya Sen (fim e meio do desenvolvimento)

Anti-desenvolvimento

Definição ampliada de
riqueza: **bens materiais**
tangíveis + **valores**
intangíveis ou éticos:
preservação do meio
ambiente,
desenvolvimento
sustentável, **dignidade**
no trabalho, defesa do
consumidor, **liberdade,**
democracia ...

DESENVOLVIMENTO

- Processo gradual de mudança social, sugerindo o emprego de estratégias para produzir mudança, de maneira contínua
- Não existe ponto de chegada
- Nenhuma sociedade atinge um estágio pleno de desenvolvimento, embora use-se a terminologia: países desenvolvidos, subdesenvolvidos ou em desenvolvimento

PNUD – ÊNFASE À POLÍTICA

O desenvolvimento humano envolve desafios sociais, tecnológicos e econômicos, mas também institucionais e políticos, com ênfase à governança, ao papel do Estado, à democracia e à participação

PNUD (2002): “a política é tão importante quanto a economia para um desenvolvimento bem-sucedido”

- participação democrática - meio e fim
- ênfase às estruturas de governança democrática

DESENVOLVIMENTO, POLÍTICA E LIBERDADE

Amartya Sen

- Desenvolvimento como liberdade
- A expansão da liberdade humana como principal fim e principal meio do desenvolvimento

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL...

“...desenvolvimento que busca atender as necessidades da geração presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações de atender suas próprias necessidades”

(Fonte: Relatório Brundtland, 1987)

Econômico

Social

Ambiental

○ Solidariedade:

- inter-gerações
- intra-geração: minorias e desigualdades
- inter-espacial: entre regiões e países

Como ter solidariedade com gerações futuras se as necessidades atuais não são satisfeitas?

DESENVOLVIMENTO ALTERNATIVO OU SOLIDÁRIO

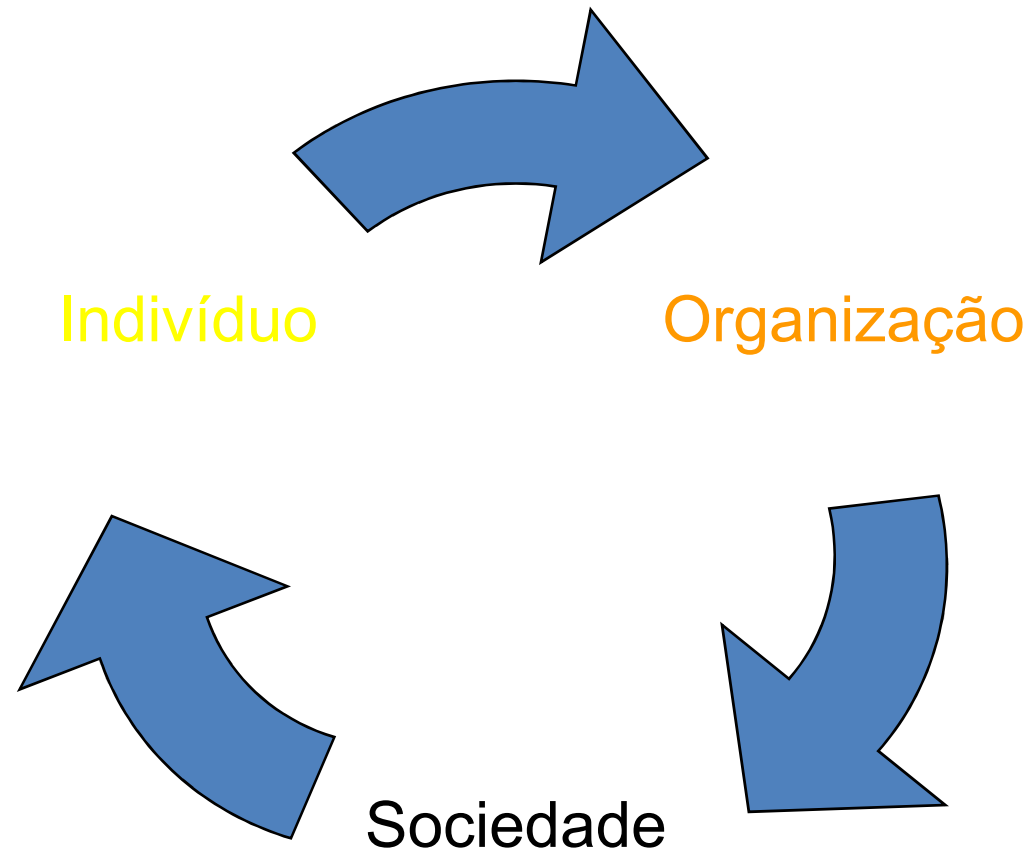
- cidadania, inclusão de setores marginalizados e subordinação do econômico a outros objetivos e valores
- muito variado: toma forma a partir de 1970
- não rejeita o crescimento econômico, porém busca alternativas ao capitalismo emancipatórias e viáveis
- crítica à estrita racionalidade econômica e à idéia de que a economia é uma esfera independente da vida social, que exige sacrifício de bens e valores sociais, políticos, culturais e naturais
- ênfases: local, sociedade civil, comunidades marginalizadas como sujeitos e não como objetos de programas de desenvolvimento, estratégias de baixo para cima
- insere-se nessa proposta a idéia de Economia Solidária - alternativa solidária dentro do capitalismo

ALTERNATIVAS AO DESENVOLVIMENTO

- Especialmente entre os ecologistas
- Rejeição da própria idéia de desenvolvimento econômico
- Proposição de estratégias anti-desenvolvimentistas
- Consumerismo verde e consumerismo ético X anticonsumerismo

Quais podem ser os papéis dos indivíduos, enquanto cidadãos, consumidores ou membros de uma organização produtiva, para a promoção da ética, da responsabilidade social e do desenvolvimento sustentável?

INTERDEPENDÊNCIA ENTRE AS DIMENSÕES DE AÇÃO



SUSTENTABILIDADE, COMPORTAMENTO E CONSUMO CONSCIENTE

“Consumir com consciência do impacto do ato do consumo sobre a própria pessoa, as relações sociais, a economia e a natureza, buscando mobilizar outras pessoas na mesma direção.”

Ato de consumo como ato político

Consumo como instrumento de bem estar e não como fim em si mesmo

“Ser” ou “Ter” como elementos que definem a identidade

Entre os 20% da população mais rica, em 40 anos, o consumo aumentou 14 vezes

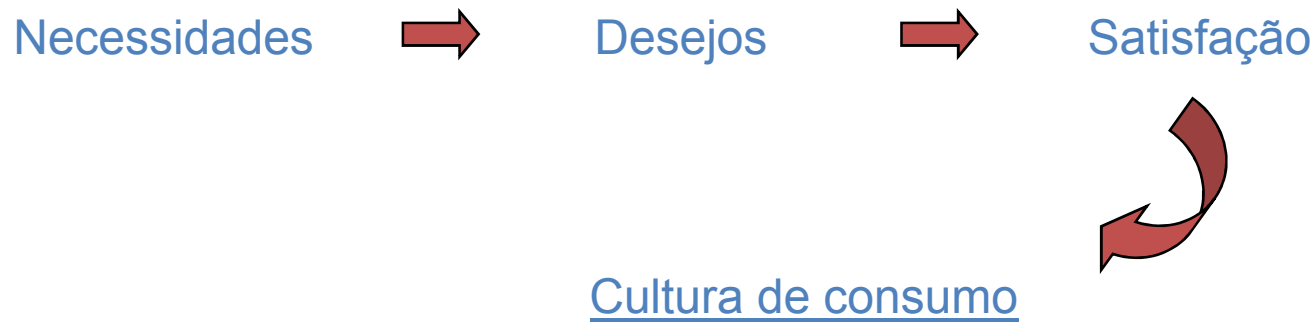
Consumo Consciente: Dilemas e Caminhos

Consumo como fenômeno histórico

Séculos XVIII e XIX - Revolução Industrial: aumento da capacidade produtiva

Séculos XIX e XX - de sociedade agrícola para sociedade urbana

Século XX - Publicidade + Novos produtos, serviços e tecnologias



Consumo Consciente: Dilemas e Caminhos

Consumo como fenômeno...

■ Econômico

- produção, atendimento de necessidades, renda, riqueza, liberdade
- definição ampliada de economia / definição ampliada de consumo: consumo como instrumento de bem estar e não como fim em si mesmo (Mattar, 2006)
- desafio: entre os **20%** da população mais rica, em **40 anos**, o consumo aumentou **14** vezes (Mattar, 2006)

■ Social

- padrões de consumo influenciados pelo *habitus* (Bourdieu, 1996)
- fenômeno individual e relacional

■ Político

- ato de consumo como ato político (Mattar, 2006)
- “a política é tão importante quanto a economia para um desenvolvimento bem-sucedido” (PNUD, 2002)

■ Cultural

- valores, ética
- identidade - “Ser” ou “Ter” como elementos que definem a identidade (Mattar, 2006)

Papéis dos consumidores

Consumidores podem premiar

1. Novas concepções de negócios, atentas aos desafios econômicos, sociais e ambientais da atualidade
2. Atendimento a novas necessidades e a demandas não atendidas de certas populações
3. Empresas mais avançadas em suas práticas em termos éticos e de responsabilidade social e ambiental

Consumidores podem punir (boicotar, protestar)

1. Empresas e produtos com elevado grau negativo de impacto social e ambiental
2. Empresas que não demonstram compromisso e avanços contínuos no campo da ética e da responsabilidade social e ambiental

Consumidores podem refletir

1. Refletir continuamente sobre seus padrões de consumo e redefini-los, com consciência dos impactos de suas decisões
2. Influenciar outras pessoas para que também o façam

Calculando a pegada ecológica

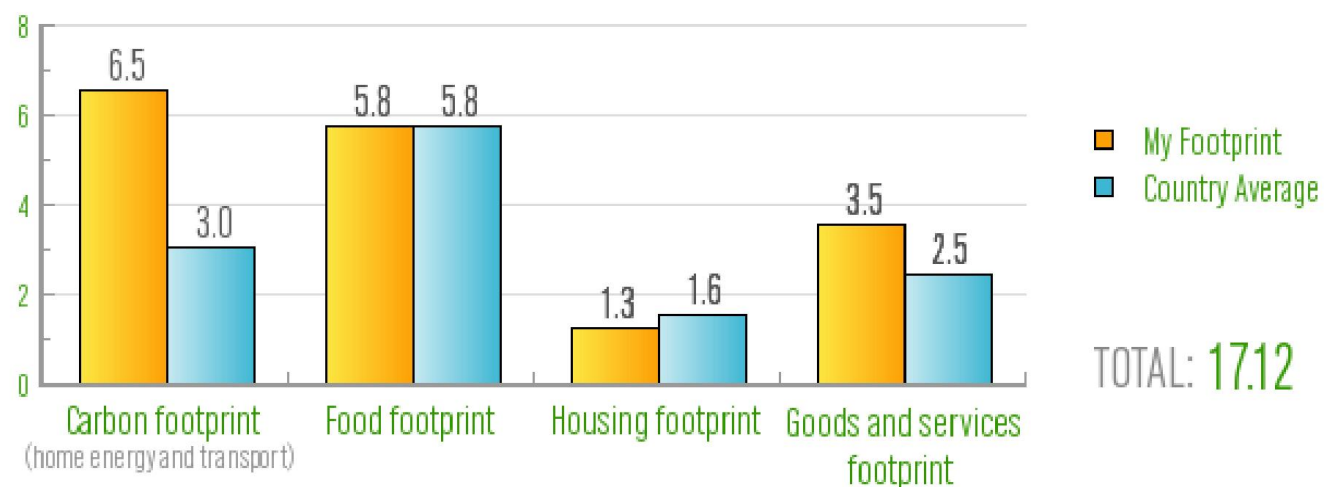
No teste criado pela Redefining Progress, cada pessoa pode calcular o impacto de seu modo de vida sobre o planeta, considerando fatores como:

- Clima da região em que vive
- Tipo de moradia
- Fontes de energia utilizadas na moradia
- Materiais utilizados na construção e mobília
- Tipo de veículo para transporte
- Percursos percorridos
- Hábitos cotidianos para poupar energia e água e de reciclagem
- Tipo de alimentação
- Origem dos itens de alimentação
- Hábitos gerais de consumo, como frequência de substituição de bens

Calculei minha pegada: se todas as pessoas no planeta tiverem estilo de vida similar ao meu, precisaremos de:

Comparando minha pegada com a média brasileira:

MY FOOTPRINT IN GLOBAL HECTARES BY CONSUMPTION CATEGORY



Consumo Consciente: Dilemas e Caminhos

Mas há limites, retrocessos, o processo não é linear...

A Pesquisa “Responsabilidade Social das Empresas: percepção do consumidor brasileiro (2006-2007), realizada pelo Instituto Akatu, mostra que, em comparação com os anos 2000 e 2007:

“O brasileiro está menos engajado em ações do que há alguns anos: premia e pune menos as empresas do que fazia no passado”

EXEMPLO DE EMPRESA AMERICANA:

- Medo de que não priorizar os acionistas (*shareholders*) no planejamento estratégico, em favor dos *stakeholders* gerasse queda no valor das ações
- O que aconteceu foi uma queda no valor das ações em função de problema de qualidade não comunicado aos consumidores

PARA REFLEXÃO...

- É possível combinar a visão de longo prazo da perspectiva sustentável com a visão de curto prazo da lógica do mercado?
- Como alinhar sustentabilidade e competitividade?
- É possível um “capitalismo sustentável, que preserva recursos disponíveis e, ao mesmo tempo, incentiva o consumismo?

**Gestão questões
sociais**

**(*Social issues
management*)**

**Abordagem gerencial
ou estratégica**

-Natureza utilitária

-Problemas sociais como variáveis a serem consideradas na gestão estratégica

-RSA como vantagem competitiva e como oportunidade de negócio

“Empresas ganhadoras e líderes do Século 21 são as que incorporam as oportunidades que emergem do conhecimento e da análise dos desafios, tendências e expectativas da sociedade, integrando-os em suas estratégias e fazendo o que sabem fazer de melhor – negócios, de maneira que seu engajamento seja sustentável”.

QUATRO PILARES DAS EMPRESAS DE SUCESSO

1. Novos conhecimentos - esforços disciplinados de leitura das expectativas, tendências e desafios das sociedades e do planeta, incorporando tais conhecimentos a suas estratégias;

QUATRO PILARES DAS EMPRESAS DE SUCESSO

2. Identificação de oportunidades de negócios nesses desafios, fazendo aquilo que fazem de melhor, como inovar para apresentar soluções e produtos que incluam novos setores da sociedade na solução dos problemas. Para isso:
- diálogo com outros setores da sociedade,
 - parcerias para solução de problemas,
 - pressão saudável sobre os governos, para serem mais eficientes, ambiente de negócios propício para fazer investimentos;
 - comércio justo entre os países;
 - legislação simples e transparente para os investimentos que apóiam o crescimento, em especial da pequena e média empresa;
 - investimentos em infra-estrutura necessária ao desenvolvimento;

QUATRO PILARES DAS EMPRESAS DE SUCESSO

3. Alinhamento dessas oportunidades de negócios com as estratégias centrais (*core strategies*) da empresa;

QUATRO PILARES DAS EMPRESAS DE SUCESSO

4. Inclusão de medições de resultados em longo prazo;

4.1 incorporação da visão e dos valores da responsabilidade social por todos os empregados, para mudança cultural que vai além do líder ou do responsável pela parte social e ambiental;

4.2 ferramentas, sistemas e processos que integrem essa visão dentro de seu planejamento e de sua vida diária,

4.3 sistemas de incentivos de executivos e empregados dentro dessa visão.

NEGÓCIOS NA BASE DA PIRÂMIDE

Stuart L. Hart

"Capitalism at the Crossroads: The Unlimited Business Opportunities in Solving the World's Most Difficult Problems" (2005)

Brasil: "Capitalismo na Encruzilhada" (2006)

C.K. Prahalad

A Riqueza na Base da Pirâmide -
Brasil (2005)

Redução da pobreza e da
desigualdade via mercado

NEGÓCIOS NA BASE DA PIRÂMIDE

- Modelo de negócios que passa pela melhoria da qualidade de vida das pessoas mais carentes, exigindo respeito à diversidade cultural e conservação da integridade ecológica do planeta, por meio de negócios lucrativos.
- Comprometimento com as populações locais, buscando soluções mais apropriadas a necessidades específicas, aproveitando recursos locais, com menor impacto sobre o ambiente
- Soluções criativas, inovadoras
- 4 bilhões de pessoas – renda inferior a US\$ 1,5 mil por ano

NOVOS NEGÓCIOS...

- Novas fontes de energia
- Eficiência no uso de recursos energéticos
- Reciclagem e logística reversa
- Ecodesign
- Produtos “selo verde” – consumo verde, consumo ético, consumo consciente
- Comércio Justo – Fair Trade
- Mercado de Créditos de Carbono – Mecanismo de Desenvolvimento Limpo
- Sistemas alternativos de transporte
- Dos produtos aos serviços
- ...

FINANÇAS SUSTENTÁVEIS

1. Ampliação do acesso a serviços bancários e a crédito
2. Microcrédito
3. Crédito responsável
4. Análise de crédito – Princípios do Equador
5. Financiamentos socioambientais
6. Seguros ambientais
7. Mercado de créditos de carbono
8. Fundos de investimento socialmente responsáveis
9. Transparência
10. Combate à lavagem de dinheiro
11. Segurança da informação

INFLUÊNCIA DE DIFERENTES ATORES NA SUSTENTABILIDADE

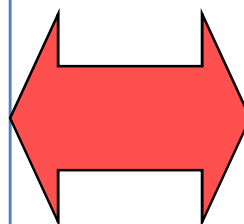
- Empresas
- Governos
- Clientes empresariais
- Consumidores
- ONGs
- Mídia
- Organismos internacionais
- ...

- Investidores e credores
 - Investidores privados
 - Empreendedores
 - Capitalistas de risco

“CRIANDO VALOR” - POSSÍVEIS CORRELAÇÕES ENTRE FATORES DE SUSTENTABILIDADE E SUCESSO COMERCIAL

○ Fatores de sustentabilidade

- Governança e gestão
- Engajamento *stakeholders*
- Melhora processo ambiental
- Produtos e serviços ambientais
- Crescimento da economia local
- Desenvolvimento da comunidade
- Gestão de recursos humanos



○ Fatores de sucesso comercial

- Crescimento receitas e acesso a mercados
- Economia de custos e produtividade
- Acesso ao capital
- Gestão de riscos e licença para operar
- Capital humano
- Valor de marca e reputação

SOCIALLY RESPONSIBLE INVESTING (SRI)

- Família criada em 1999
- Considera *Best in class* em cada categoria/setor
- *Triple Bottom Line* – econômico, social e ambiental
- Influencia investimentos de 6 bilhões de dólares por ano
- Empresas de 57 setores, diversos países

Brasileiras (Set 2008):

Aracruz Celulose SA
Banco Itaú Holding
Banco Bradesco SA
Itausa Investimentos Itaú SA
CEMIG
Petrobras
Usiminas
Votorantim Celulose e Papel

- 2005 – 28 empresas brasileiras (de 121 convidadas)
- 2006/2007: 34 empresas, 43 ações, 14 setores
- 2007/2008: 32 empresas, 40 ações (Carteira teórica)
- Conselho: Bovespa, ABRAPP, ANBID, APIMEC, IBGC, IFC, Ethos, MMA, + PNUMA.
- Metodologia: GVCes FGV-SP

Dimensões de análise:

1. Geral
2. Governança Corporativa
3. Econômica e financeira
4. Ambiental
5. Social

FUNDOS DE AÇÕES COM FOCO EM SUSTENTABILIDADE NOS BANCOS

- ABN AMRO Ethical
- ABN AMRO FI AÇÕES ETHICAL II
- BB TOP AÇÕES ÍNDICE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL FIA
- BRADESCO FIA Índice de Sustentabilidade Empresarial
- BRADESCO Prime FIA Índice de Sustentabilidade Empresarial
- HSBC FIA SUST EMP – Ações Sustentabilidade Empresarial
- ITAU EXCELÊNCIA SOCIAL AÇÕES FI
- SAFRA ISE – Fundo de Investimento em Ações

TIPOS DE INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

- Investimento social corporativo
- Investimento social comunitário
- Investimento social familiar
- *Venture philanthropy*
- *Social investment funds*

GIFE – GRUPO DE INSTITUTOS, FUNDAÇÕES E EMPRESAS

TIPOLOGIA DO INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO



- “Temos muitos problemas, mas possuímos todos os recursos para resolvê-los.”
- É preciso “vontade política de fazer esta escolha”.
- Pelo poder que concentram, empresas não podem ficar fora da discussão e das ações
- Estratégia das duas cenouras

Lester Thurrow: distinção entre líderes e exploradores

MINHA ALMA – A PAZ QUE EU NÃO QUERO (O RAPPA)

A minha alma tá armada e apontada para a
cara do sossego

Pois paz sem voz, paz sem voz

Não é paz, é medo

Às vezes falo com a vida

Às vezes ela me diz

Qual a paz que eu não quero conservar pra
tentar ser feliz

GOVERNANÇA E CIDADANIA CORPORATIVA

- Conjunto de princípios e sistemas de gestão destinados à criação ou preservação de valor para a sociedade
 - Governança corporativa (métodos de gestão da empresa: estrutura e estratégias)
 - Governança ambiental (meios de preservação do meio ambiente)
 - Governança pública
- Considera custos sociais
- Comportamento oportunista x princípios de governança
- Para além das obrigações legais
- Expectativa de aumento das chances de sustentabilidade a longo prazo

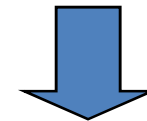
GOVERNANÇA E SUSTENTABILIDADE

- Modelos de gestão que valorizam a cooperação, a participação e a representação de interesses diversos
- Padrões de decisão flexíveis
- Ambientes e processos decisórios complexos

Empresas com
capacidade/habilidade para
conciliar interesses
diversos



Melhor capacidade de gestão



Sustentabilidade (da
empresa e da sociedade)

GOVERNANÇA CORPORATIVA E SUSTENTABILIDADE

- Convicção de que a sustentabilidade empresarial está ancorada na prática consistente de três processos:
 - Engajamento das partes interessadas
 - Transparência
 - Prestação de contas (*accountability*)
- Combina adesão voluntária e pressão dos *stakeholders*

GOVERNANÇA CORPORATIVA

- É o sistema pelo qual as sociedades são dirigidas e monitoradas, envolvendo os relacionamentos entre:
 - acionistas/cotistas
 - conselho de administração
 - diretoria
 - auditoria independente
 - conselho fiscal.

- As boas práticas de governança têm a finalidade de:
 - aumentar o valor da sociedade
 - facilitar seu acesso ao capital e
 - contribuir para sua perenidade

MELHORES PRÁTICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA NO BRASIL

- a. Reforma na Lei das S.A. (2001) – objetivo: fortalecer o mercado de capitais no Brasil - mais transparência e credibilidade
- b. Criação do Novo Mercado pela Bolsa de Valores de São Paulo – Bovespa;
- c. Linhas de crédito oferecidas pelo BNDES, incentivando a criação de novas sociedades anônimas e a adoção de boas práticas de governança corporativa;
- d. Novas regras de investimento por parte de fundos de pensão;
- e. Projetos de reforma das demonstrações contábeis.

GOVERNANÇA E RESPONSABILIDADE SOCIAL: PACTOS, NORMAS E FERRAMENTAS DE GESTÃO

○ Gerais ou Universais

- Declaração dos Direitos Humanos
- Declaração do Rio ou Agenda 21
- Carta da Terra
- Protocolo de Quioto
- Metas do Milênio
- ...

○ Específicos (por setor ou país)

- Normas Série ISO
- AA 1000
- SA 8000
- OHSAS 18001
- Princípios de Governança Corporativa (OCDE)
- Balanço Social
- Global Reporting Initiative (GRI)
- The Global Compact (Pacto Global)
- ...

Leitura e debate a respeito de
normas, pactos e certificações
relacionados à responsabilidade
social empresarial

INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

- Surgimento e evolução
- Ênfases: auto-avaliação e aprendizagem
- Temas:
 1. Valores, Transparência e Governança
 2. Público Interno
 3. Meio Ambiente
 4. Fornecedores
 5. Consumidores e clientes
 6. Comunidade
 7. Governo e Sociedade



Indicadores de RSE

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

	SIM	NÃO
12.1. A política de promoção da equidade e não discriminação racial é formal e consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa?	☐	☐
12.2. Dessa política de promoção da equidade racial são derivados procedimentos específicos para melhorar a qualificação e o desenvolvimento na carreira de funcionários negros (pretos e pardos)?	☐	☐
12.3. A política de promoção da equidade e não discriminação racial é explícita no que se refere a salários e benefícios, previdência privada, acesso a treinamentos e bolsas de estudos?	☐	☐
12.4. Realiza campanhas internas de conscientização (seminários, fóruns ou encontros específicos) para melhorar a compreensão sobre a importância da equidade e não discriminação racial?	☐	☐
12.5. A empresa tem metas de admissão, promoção e treinamento para promoção da equidade racial em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas?	☐	☐
12.6. A política de promoção da equidade racial garante a participação de negros (pretos e pardos) nos processos decisórios e na gestão em todos os níveis e áreas da empresa?	☐	☐
12.7. A promoção da equidade racial é uma das dimensões da política de comunicação estratégica da empresa?	☐	☐
12.8. A política de comunicação comercial tem como premissa não se utilizar de figuras estereotipadas ou que atentem contra a dignidade dos negros (pretos e pardos)?	☐	☐

Indicadores
Binários

	2004	2005	2006
12.9. Percentual de negros (pretos e pardos) em relação ao total de empregados			
12.10. Percentual de mulheres negras (pretas e pardas) em relação ao total de mulheres na empresa			
12.11. Percentual de mulheres negras (pretas e pardas) em cargos executivos em relação ao total de cargos executivos disponíveis			
12.12. Percentual de mulheres negras (pretas e pardas) em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos de coordenação e chefia disponíveis			

Indicadores
Quantitativos

Indicadores de RSE

Representa um estágio básico de ações da empresa, no qual ela ainda se encontra em nível reativo às exigências legais.

ESTÁGIO 1

Representa um estágio intermediário de ações, no qual a empresa mantém uma postura defensiva sobre os temas, mas já começa a encaminhar mudanças e avanços em relação à conformidade de suas práticas.

ESTÁGIO 2

Representa um estágio avançado de ações, no qual já são reconhecidos os benefícios de ir além da conformidade legal, preparando-se para novas pressões regulamentadoras do mercado, da sociedade, etc. A responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável são tidos como estratégicos para o negócio.

ESTÁGIO 3

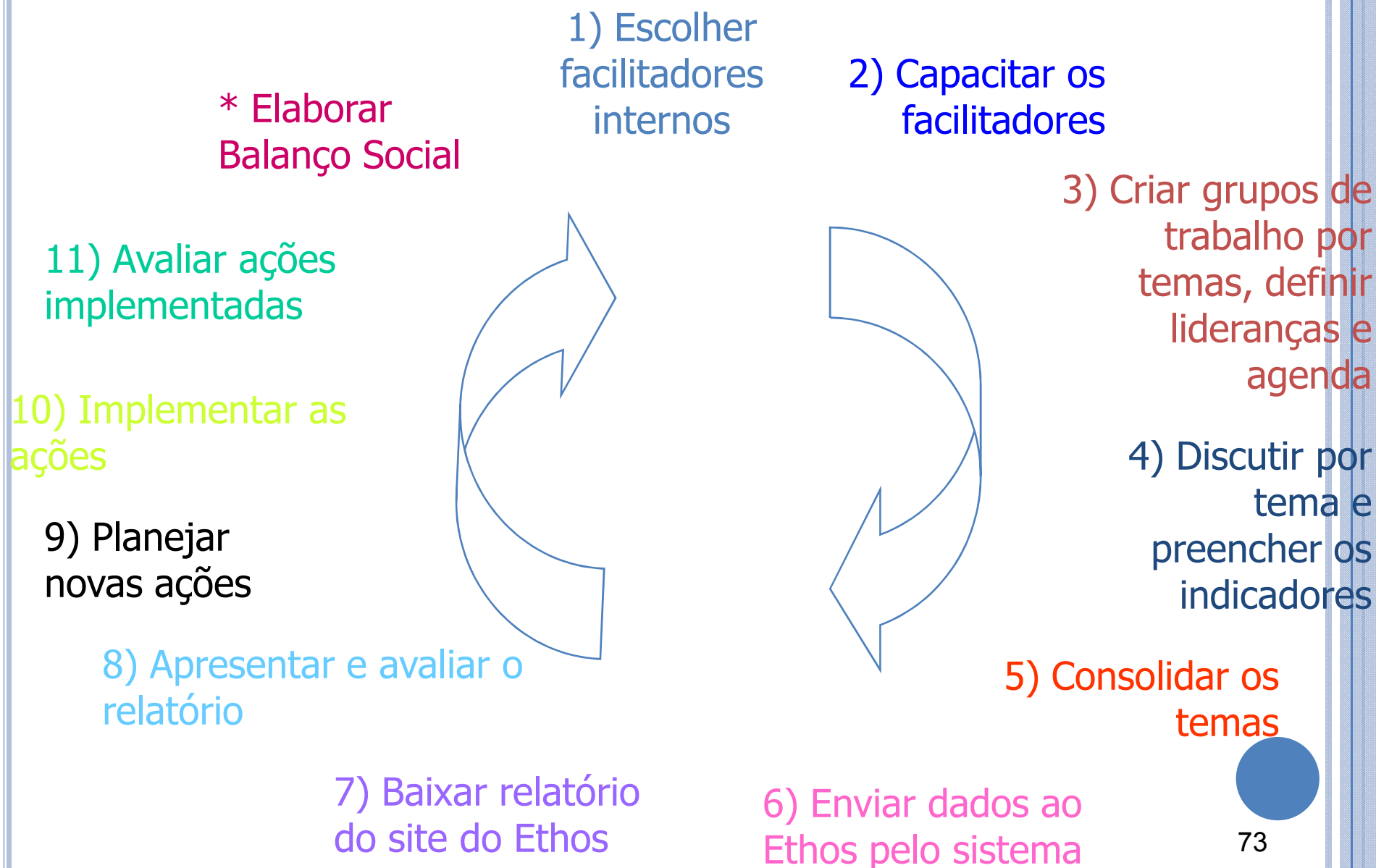
Representa um estágio proativo, no qual a empresa atingiu padrões considerados de excelência em suas práticas, envolvendo fornecedores, consumidores, clientes, a comunidade e também influenciando políticas públicas de interesse da sociedade.

ESTÁGIO 4

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.)

☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

ETAPAS DO PROCESSO DE TRABALHO COM INDICADORES ETHOS



OBJETIVOS DAS EMPRESAS AO ADOPTAR MODELOS RECONHECIDOS DE RELATÓRIOS / BALANÇOS SOCIAIS

Principal:

Agregar valor à marca
(estratégia de mercado)

Podem servir, também,
para:

- avaliação
- avanços na gestão,
- diálogo com partes interessadas
- relação com investidores
- construção da reputação

BALANÇOS SOCIAIS NO BRASIL

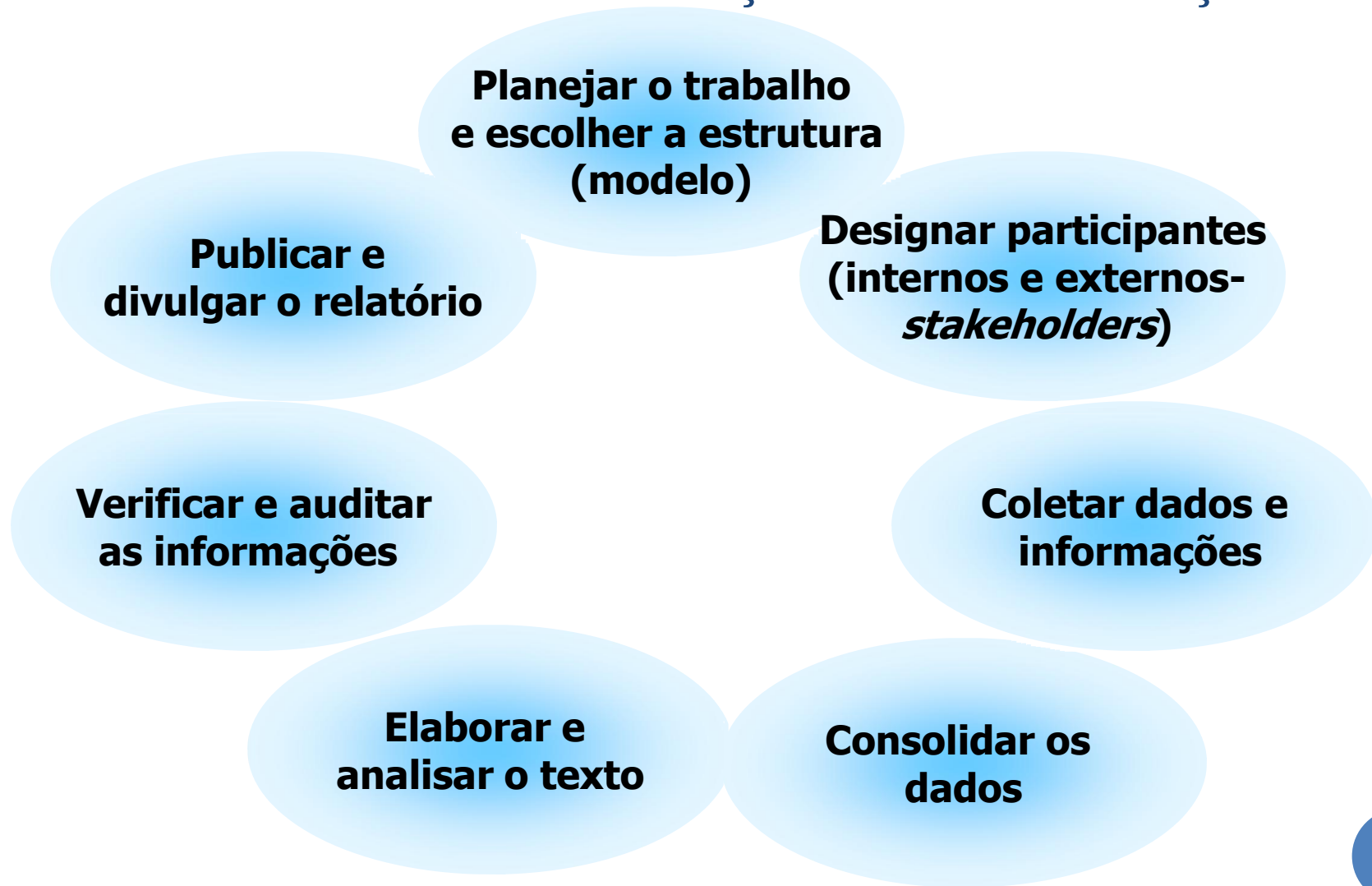
- Modelo IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

- Criado em 1997
- Principal vantagem: simplicidade

- Guia do Instituto Ethos

- Lançado em 2001
- Sugere princípios e critérios para elaboração de balanços sociais:
 - Relevância
 - Veracidade
 - Comparabilidade
 - Regularidade
 - Verificabilidade
 - Clareza

ETAPAS DA CONSTRUÇÃO DO BALANÇO SOCIAL



ERROS COMUNS NA CONSTRUÇÃO DE RELATÓRIOS

1. Confundir com divulgação de investimento social
2. Mais aparência do que transparência
 - muitos relatórios: “parabéns para mim mesmo”
3. Uso de materiais não sustentáveis para impressão e divulgação
4. Gasto excessivo
5. Não consultar sequer o *stakeholder* interno (público interno, muitas vezes, nem sabe o que é)

LIMITES E DILEMAS DO MOVIMENTO DA RSE

- Interno: o central é ganhar dinheiro; responsabilidade social é secundário
- Crença de que o papel central na área social não é das empresas
- Ninguém quer ser o responsável pela definição de novos padrões (colocar a cabeça à frente do grupo)
- Natureza das empresas e do sistema na qual estão inseridas
- Pouco poder de pressão da sociedade sobre as empresas
- A maioria das empresas ainda prioriza a filantropia

TENDÊNCIAS NO DISCURSO DO MOVIMENTO DA RSE

- Responsabilidade social empresarial rima com desenvolvimento sustentável
- Problemas sociais e ambientais como oportunidades de negócios
- Responsabilidade social empresarial como diferencial competitivo
- Profissionalização da gestão
- Articulação e consolidação de ferramentas de gestão
- Incentivo a novas estratégias de pressão sobre as empresas
- Permeabilidade das fronteiras entre público e privado - espaço público compartilhado
- Noção de co-responsabilidade pelas questões públicas



“A questão principal não é a tecnologia, mas a política. O grande desafio do século XXI é da mudança do sistema de valores que está por trás da economia global, de modo a torná-lo compatível com as exigências da dignidade humana e da sustentabilidade ecológica.”

EMBORA RECONHEÇAMOS LIMITES E DESAFIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL...

- É importante reconhecer que:
 - a capacidade coletiva de ação é essencial para políticas justas e redistributivas
 - pelo poder que concentram, empresas não podem estar fora do debate público e da renegociação do pacto social
 - é importante fortalecer a identidade, capacidade ou vocação de cada tipo de organização, ao mesmo tempo em que se fortalece a integração entre elas
- É necessário construir mecanismos institucionais e organizacionais de relação que promovam justiça social

“... a realidade não se reduz ao que existe. A realidade é um campo de possibilidades em que têm cabimento alternativas que foram marginalizadas ou que nem sequer foram tentadas”

(Santos e Rodríguez, 2002:25)

Ampliação do espectro do possível

Práticas suficientemente utópicas para desafiar o *status quo* e suficientemente viáveis para não serem descartadas