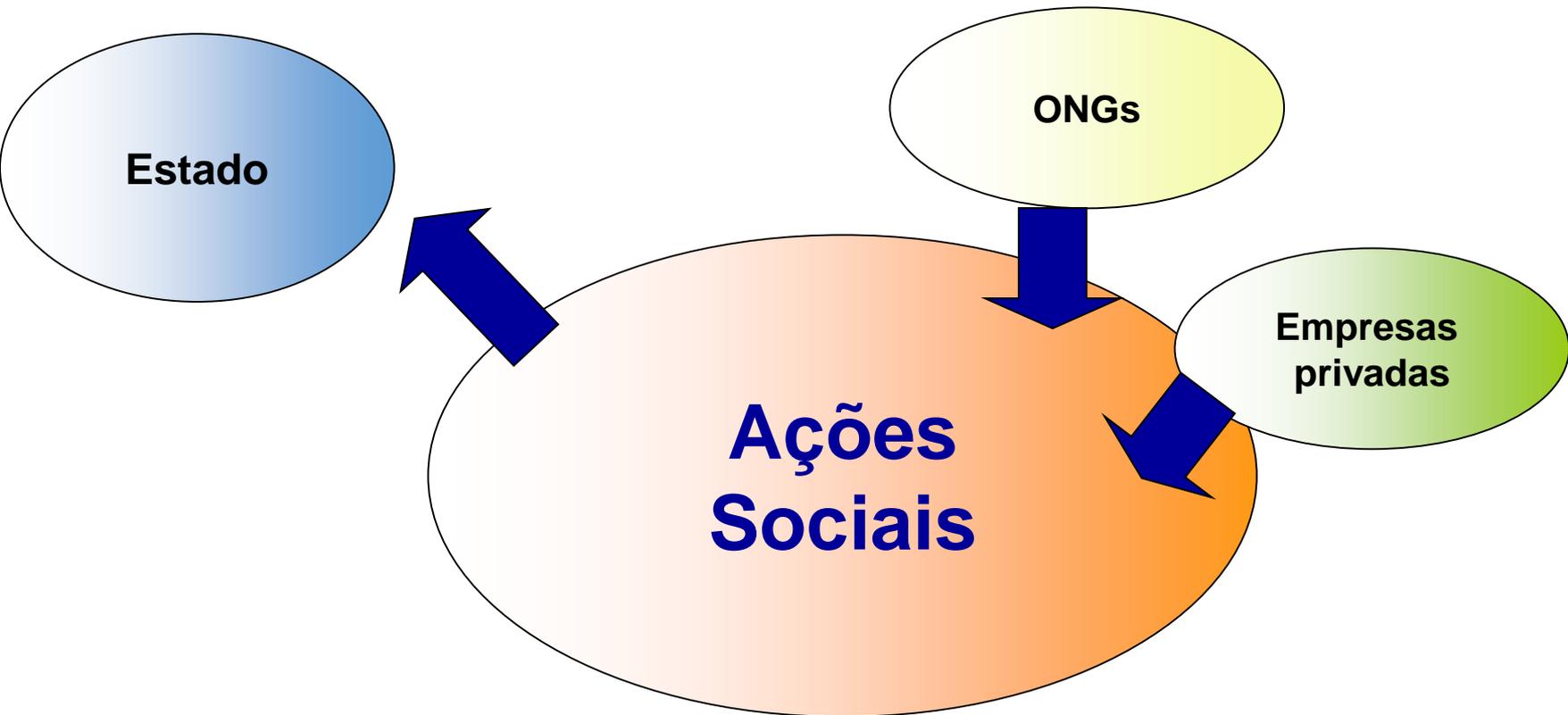


# Responsabilidade Social Empresarial

## Conceitos e estratégias

**Profa. Dra.Sylmara Gonçalves-Dias**

## Principais atores sociais quanto às ações sociais



O Estado vem assumindo o papel de articulador e facilitador das necessidades sociais da população. Esse distanciamento se dá em função de sua burocracia e das prioridades econômicas.

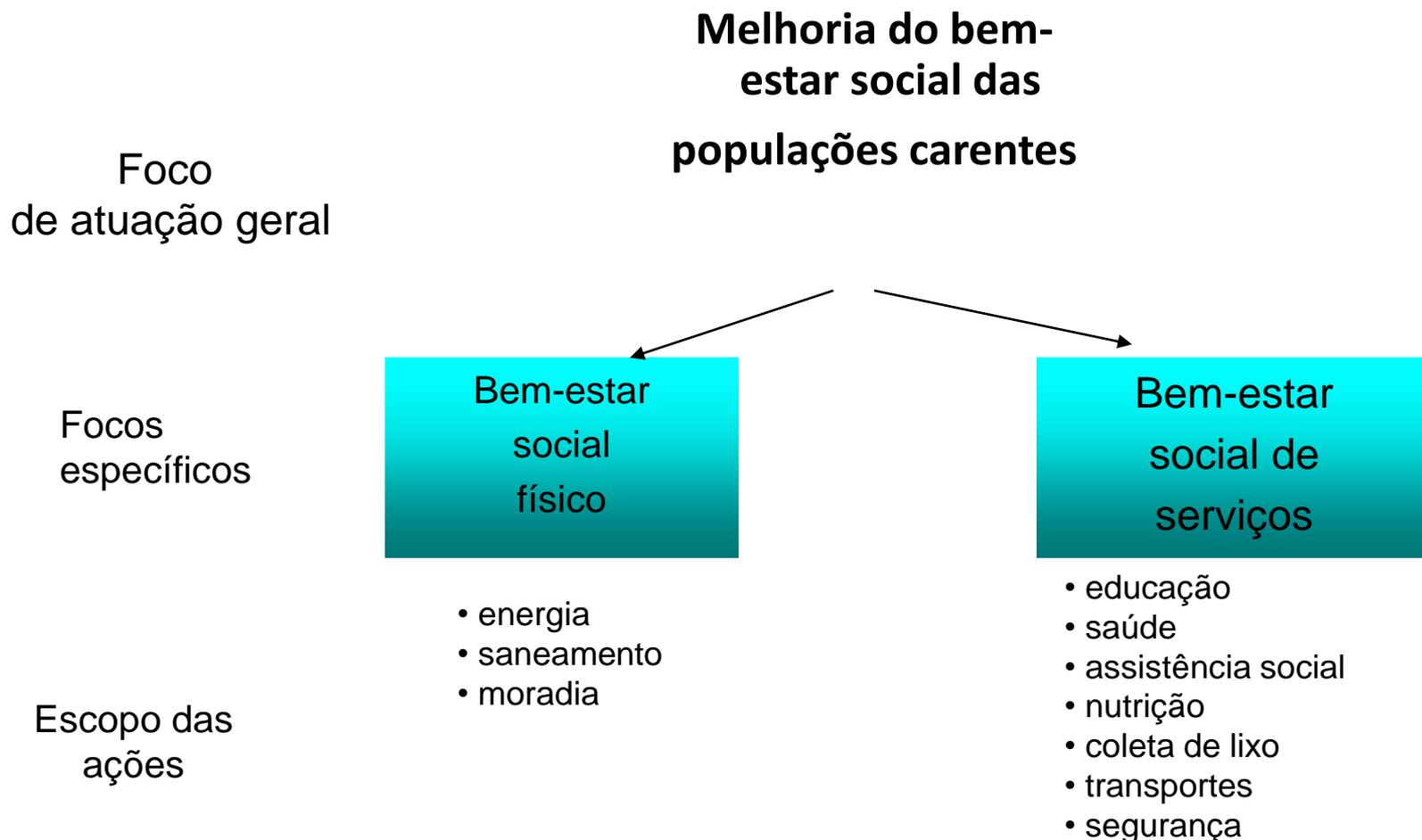
Neoliberalismo



As organizações vêm substituindo o papel do Estado e completando as necessidades sociais.

A sociedade vem se organizando (ONGs), buscando o atendimento de suas necessidades individuais.

# Foco de atuação das ações sociais públicas e privadas



O crescente aumento na complexidade dos negócios, resultado de um ambiente cada vez mais globalizado e competitivo, está impondo às empresas uma nova maneira de comercialização.



**Entre algumas ações empresariais que tornam frágil a imagem da organização perante a sociedade onde atuam, temos:**

- **Redução do número de empregados com a incorporação de tecnologia**
- **Ciclo de vida dos produtos e serviços cada vez menor, o que leva a uma rápida obsolescência**
- **Comunicação persuasiva que leva a um consumismo**
- **Impacto ambiental durante o processo produtivo**

# Por que Terceiro Setor?

<u>Agentes</u>	<u>Ações</u>	<u>Setor</u>
públicos	públicas	Estado (1º.)
privados	privadas	Mercado (2º.)
Privados	públicas	Terceiro Setor (3º.)

# Conceito de Terceiro Setor

**ESPAÇO INSTITUCIONAL que abriga um conjunto de ações públicas não-estatais, desenvolvidas voluntariamente por indivíduos, grupos ou organizações, voltadas para a geração de bens e serviços públicos de consumo coletivo; se ocorrer excedentes econômicos neste processo, estes são reinvestidos nos meios para a consecução dos fins estipulados.**

# Segmentos do Espaço do Terceiro Setor no Brasil

- Formas Tradicionais de Ajuda Mútua.
- Associações Cíveis e Movimentos Sociais.
- ONGs.
- Responsabilidade Social Corporativa.

# ONGs como “Marcas Fortes”

850 formadores de opinião nos EUA e Europa  
Edelman Public Relations Worldwide (2002)

## Credibilidade

### EUROPA

Greenpeace (62%)

MONSANTO (12%)

### EUA

WWF (43%)

EXXON (31%)

Anistia Internacional (40%)

MONSANTO (33%)

Greenpeace (38%)

NIKE (44%)

“Se há uma expressão que gostaria de ouvir menos em 2002 é Sociedade Civil!” (CHOUdry, 2002)

“Desconstrução do nome ONG”. (LANDIM, 2002)

2/3 da humanidade não se sentem representados por seus governos

(GALLUP – 2002)

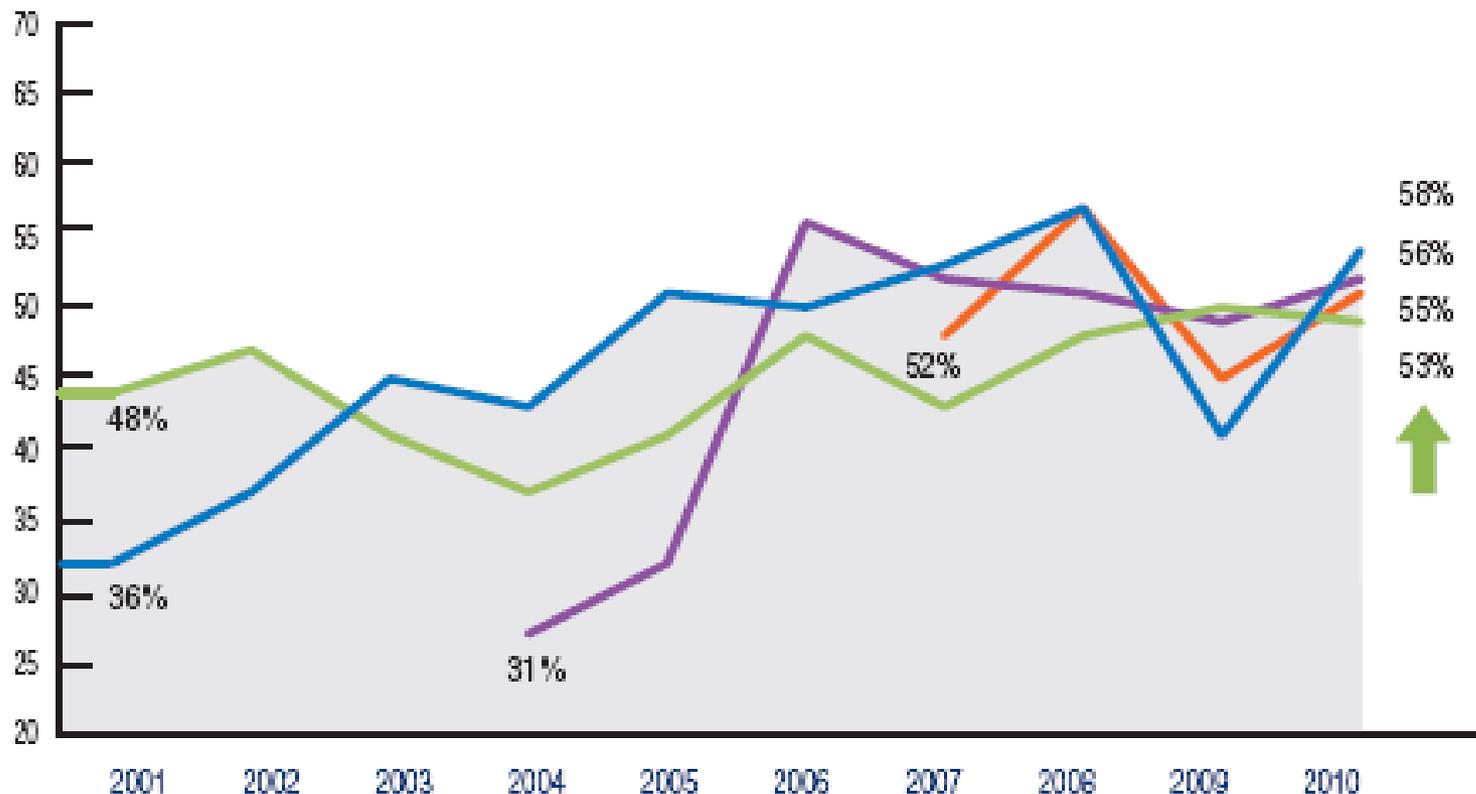
Pesquisa sobre a influência das ONGs em 5 países industrializados (EUA, França, Inglaterra, Alemanha e Austrália)

Pessoas têm o dobro de confiança nas ONGs do que nos governos

França – ONGs detêm 3 vezes mais confiança que governo, 5,5 mais que empresas e 9 mais que imprensa



# Quanto você confia que as ONGS fazem a coisa certa?



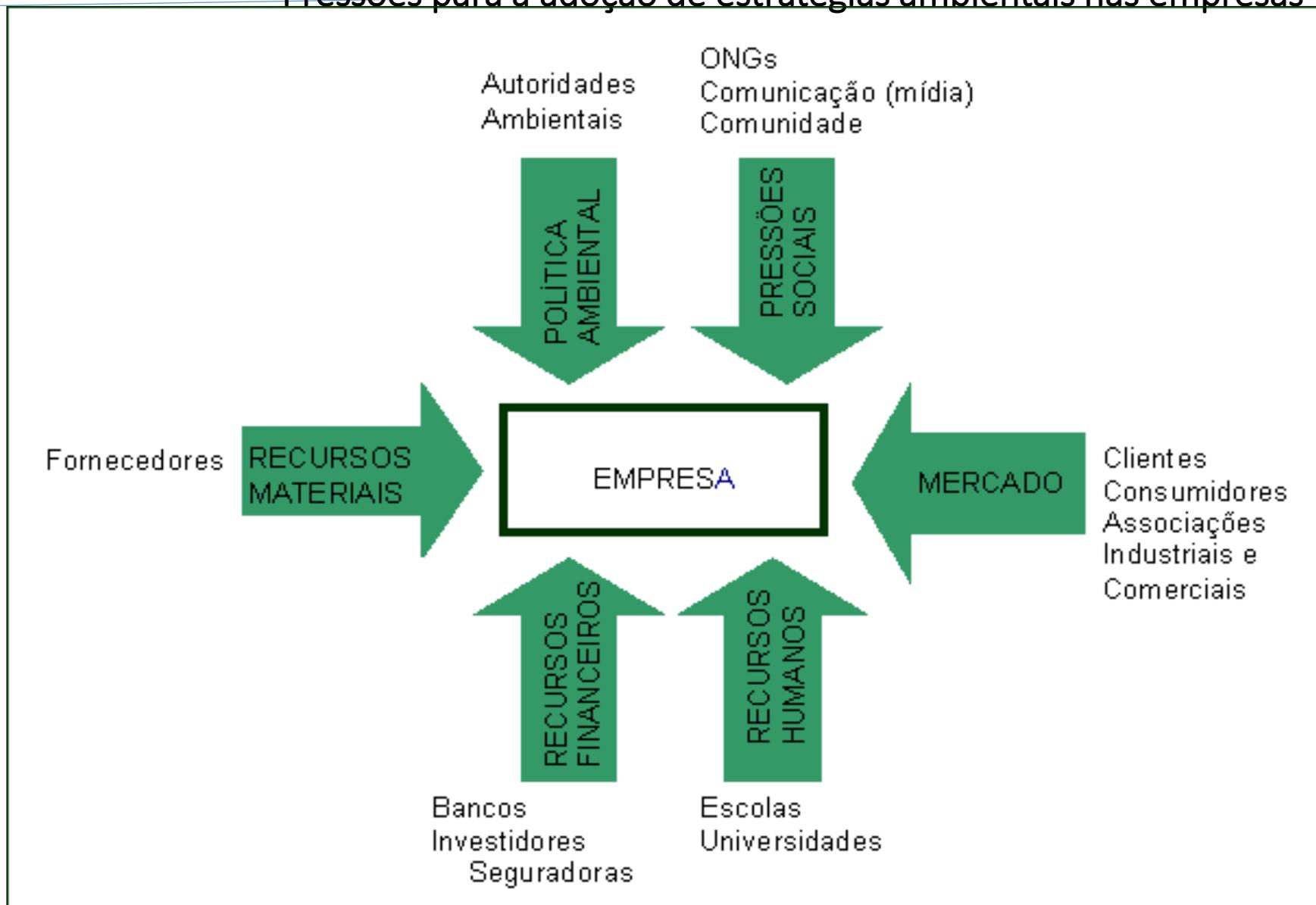
Informed publics ages 35 to 64  
in U.S., U.K./France/Germany,  
India and China.

■ U.S. ■ U.K./France/Germany ■ India ■ China

Fonte: Edelman, 2010

Resultados de 2010 indicam que, no total global, a credibilidade das ONGs (57%) está à frente, seguida por empresas (55%), governo (49%) e mídia (46%). O terceiro setor apresenta alto índice de confiança na América do Norte (62%) e na União Européia (59%). Já nos países do BRIC (59%) e na América Latina (69%) as corporações estão em primeiro lugar.

## Pressões para a adoção de estratégias ambientais nas empresas



## O caminho da responsabilidade social empresarial



- Os consumidores estão se conscientizando do seu papel de cidadão. O nível de consciência chega também no momento de compra de um produto.

O conceito de responsabilidade socioambiental, tal sua relevância na atualidade, deve fazer parte do conjunto das estratégias empresariais e vem ampliando seu campo de atuação.

- Capacidade de substituição do Estado e da Sociedade Civil
- Hegemonia do Consumidor
- Alta capacidade de governança x Cadeia Produtiva Complexa

(Litvin)

“Senhores do mundo, vocês têm domínio do seu domínio?”

(Bourdieu)

- “Sobram recursos, faltam bons projetos!”

(Falcão)

- Capitalismo Imaterial e Hegemonia das Marcas (Fontenelle)

- Sociedade Utilitarista x Teoria da Dívida (Caillé)

- Democracia Competitiva (Balanço de Poder)

“Aos ricos, as políticas; aos pobres, o mutirão.” (Boschi)

- Neoclientelismo – Direito transmutado em Favor

# Responsabilidade Social Empresarial

## Visão Clássica

A única responsabilidade da empresa é gerar lucro para o acionista...

(Milton Friedman, 1970)

# Shareholders e Stakeholders

- *Shareholder:*

todo indivíduo que possui um *share* (parte ou ação) da organização.

- *Stakeholder:*

todo indivíduo que possui um *stake* (interesse) na organização.

# Definição Contemporânea de Responsabilidade Social Corporativa

Responsabilidade Social Corporativa é o resultado da obrigação de uma empresa de prestar contas aos seus *stakeholders* sobre todas as suas atividades e operações com o objetivo de alcançar um desenvolvimento sustentável, não apenas em sua dimensão econômica, mas também nas dimensões social e ambiental.

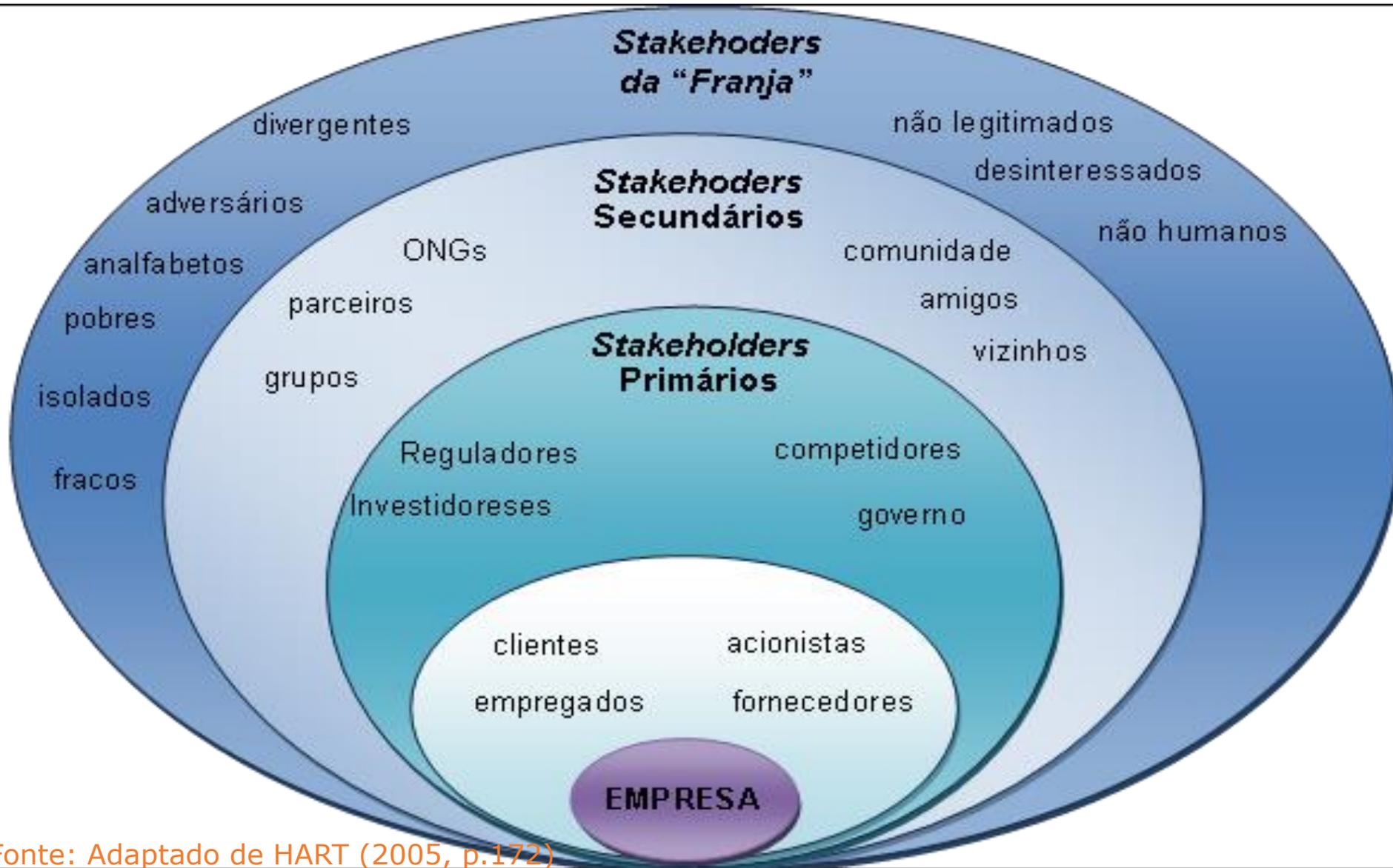
## Visão ampliada da responsabilidade social



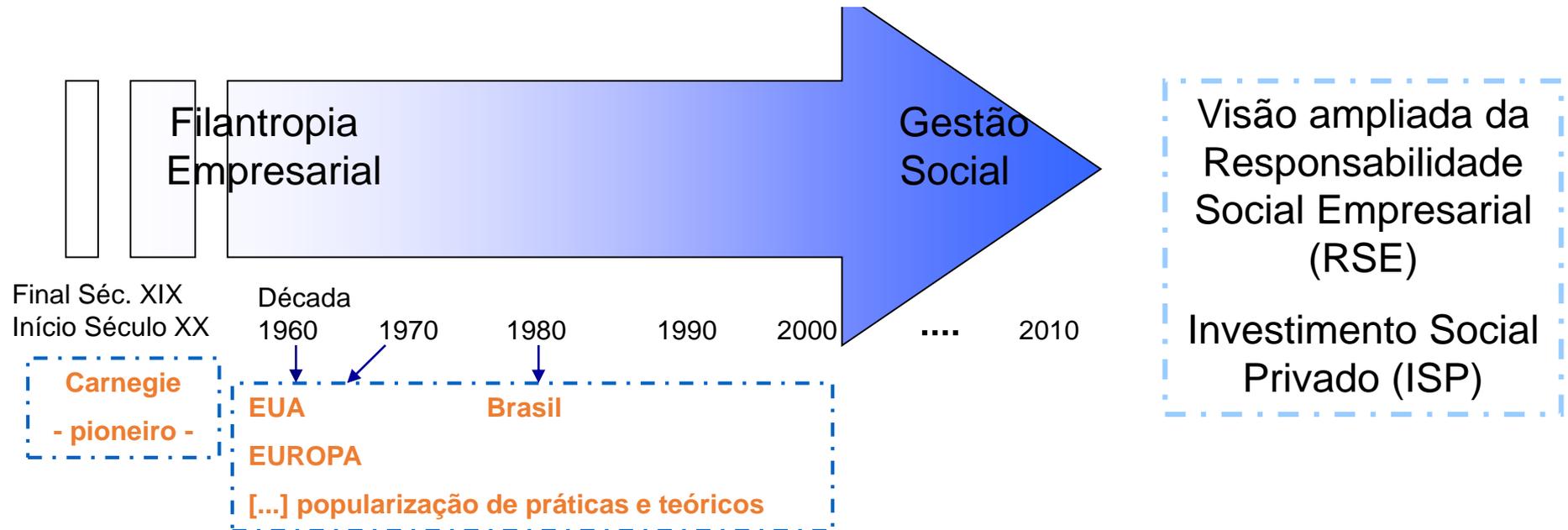
A responsabilidade social passa a ser algo que precisa ser abraçada pela empresa como um todo, e não estar na cabeça de uma só pessoa no comando. É a soma de vontades individuais que faz a responsabilidade social se tornar corporativa.



# Os três níveis do modelo de multistakeholders de uma organização empresarial



# EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL



## Filantropia

- Ação individual e voluntária
- Ato de caridade e benevolência
- Base assistencialista
- Sem planejamento, acompanhamento e avaliação
- Sem reforço para imagem empresarial
- Sobrevivência

## Gestão Social

- Ação Coletiva
- Ato de consciência social e dever cívico
- Planejamento, método, sistematização e avaliação
- Sustentabilidade

# Gestão estratégica das ações sociais empresariais

- Vantagem competitiva (Porter, 1985)
- É possível ser verde e competitivo (Porter e VanDer linde, 1995)
- Valor compartilhado (Porter e Kramer, 2011)

- O conceito de valor compartilhado (PORTER e KRAMER, 2006, 2011) envolve a criação de valor econômico, juntamente com a criação de valor para a sociedade, abordando as suas necessidades e desafios.
- É preciso reconectar o sucesso da empresa ao progresso social.
- Valor compartilhado não é responsabilidade social, filantropia ou mesmo sustentabilidade, mas uma nova forma de obter sucesso econômico...

## Valor COMPARTILHADO

Não é algo na periferia daquilo que a empresa faz, mas no centro (core).

E, pode desencadear a próxima grande transformação no pensamento administrativo...

## Responsabilidade Social Empresarial

### Conceito, difícil, impreciso, diverso

- Responsabilidade ética
- Cidadania corporativa
- Cidadania empresarial
- Responsabilidade social
- Responsabilidade social corporativa

## Dificuldades para conceituação do termo

- Amplitude e complexidade

*“A responsabilidade social corporativa é uma conduta que vai da ética nos negócios às ações desenvolvidas na comunidades, passando pelo tratamento dos funcionários e relações com os acionistas, fornecedores e clientes”.*

(Rosemblum, 2000)



## Dificuldades para conceituação do termo

### Idéia subjacente

Como entender o exercício de RSE ?

- Dever?
- Obrigação legal?
- Compromisso?
- Imperativo ético?

### Natureza

### RSE para quem?

- para empresa?
- Para comunidade?
- Para cidadãos?
- Para clientes?
- Para parceiros dos negócio?
- Para governo?

# Por que empresas praticam RSC?

## Altruísmo

### Por que o fazem?

- Tradição
- Crenças religiosas; valores do líder
- Visão emergente:
- Nova geração de líderes; novo imperativo organizacional

### Em que organizações é maior?

- Empresas Familiares

# Por que empresas praticam RSC?

## Utilitarismo

Por que o  
fazem?

**Gestão de Risco**

- Vulnerabilidades

estruturais

- Minimizar exposição  
estratégia

**Vantagem Competitiva**

- Obter credenciais

locais

- RSC integrada à

Em que

**Organizações**

**É maior?**

- Líderes, procurando

*status quo* favorável  
locais

- Multinacionais

- Grandes companhias



***“Empresa socialmente responsável é aquela que enxerga além do seu negócio e se propõe a contribuir para a construção de uma sociedade mais justa”***

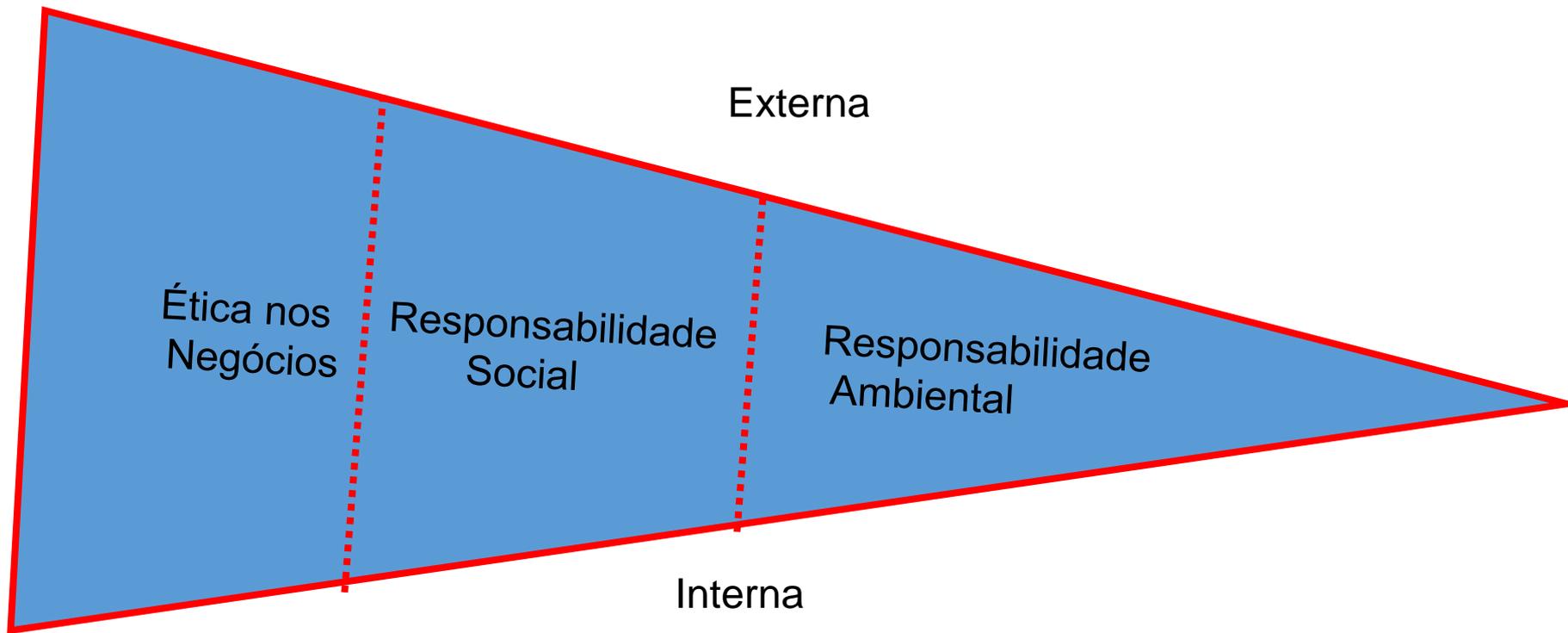
Rabaça & Barbosa, Valor Econômico, 11/01/2001



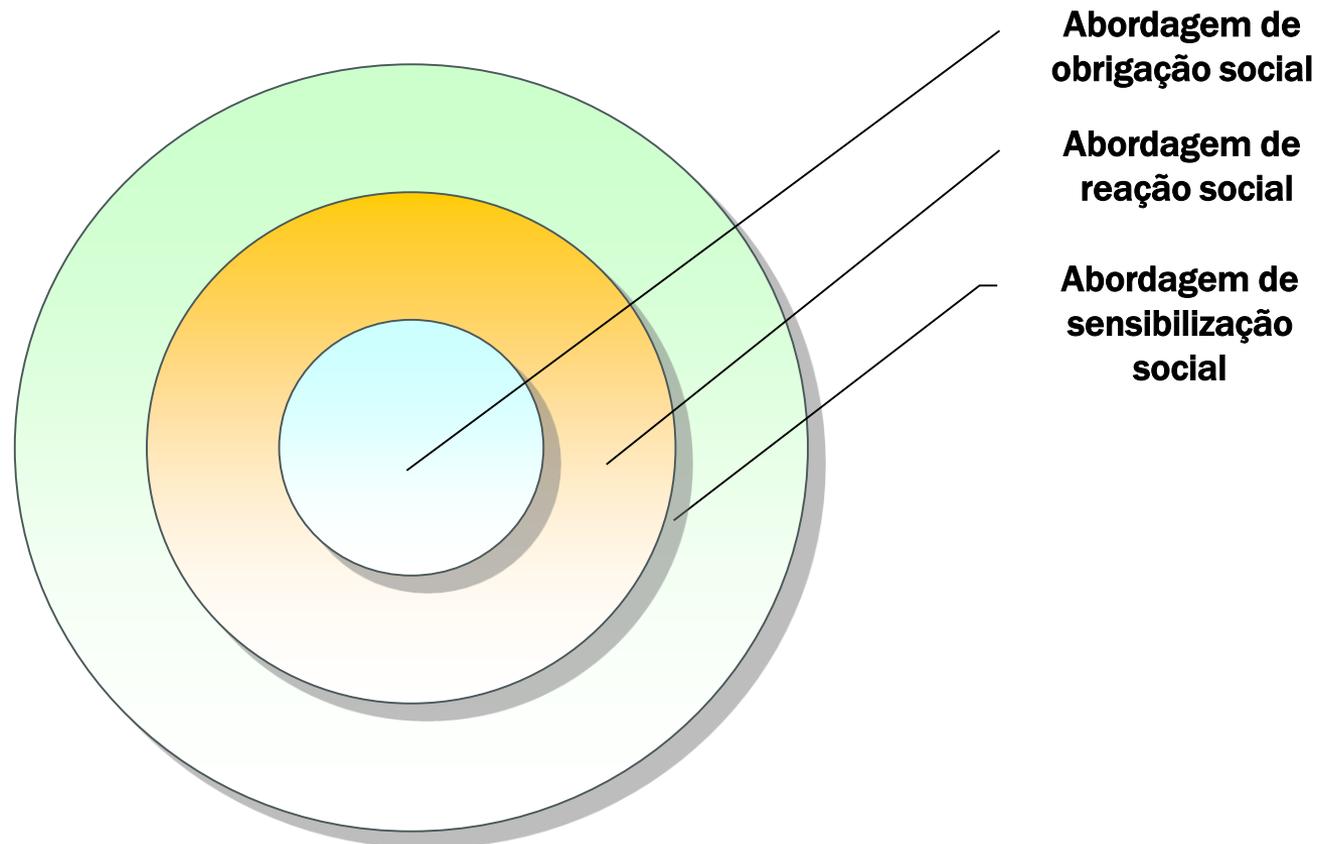
**Implica uma atitude e um compromisso **permanente**, aliados a uma visão de transformação social da sociedade e à prática de um modelo de gestão inovador.**

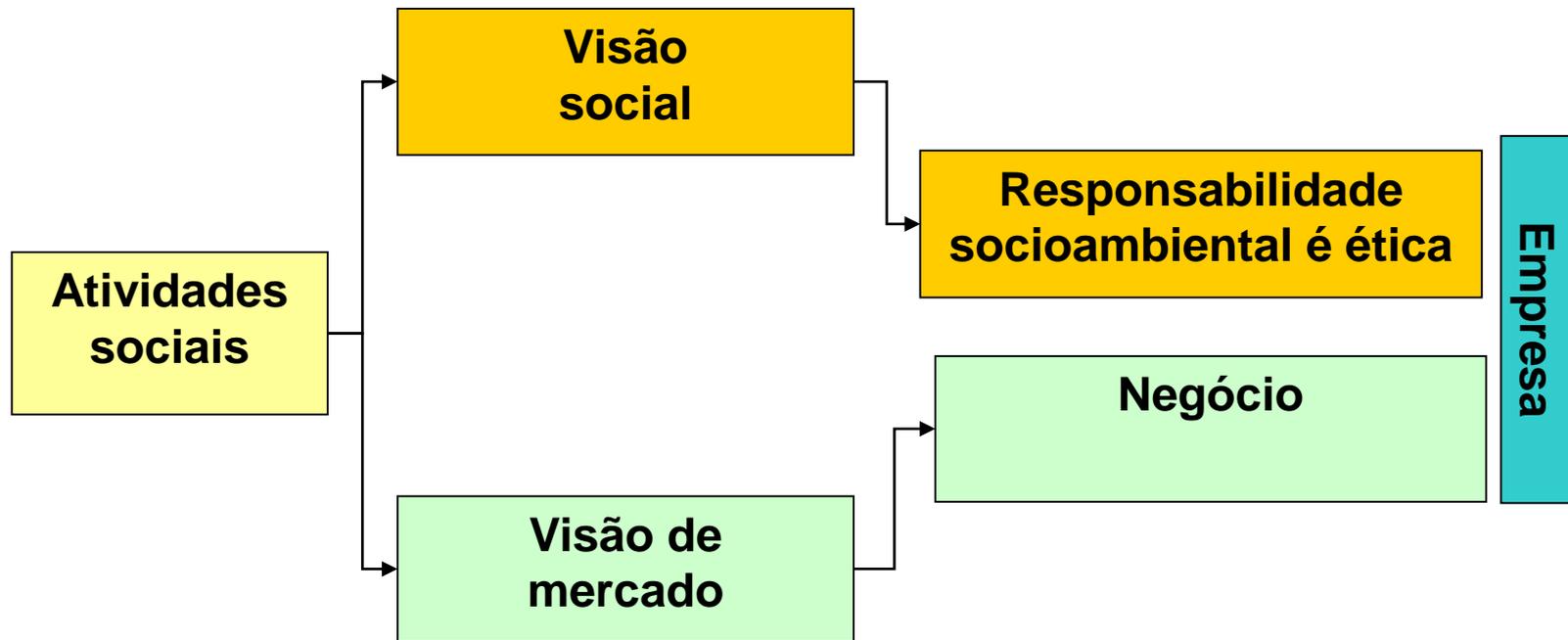
(MELO NETO, BRENNAN, 2004)

# Dimensões da Responsabilidade Corporativa



Nem todas as empresas estão no mesmo estágio de desenvolvimento e conscientização social. Dependendo da característica do mercado onde atuam e da “pressão” imposta por este, existem formas diferentes de aproximação das questões sociais.





O mercado vem cobrando atualmente das empresas mudanças no seu modo de fazer negócios e de se relacionar com o mundo que as cerca, desencadeando o conceito de **responsabilidade social** ou **cidadania corporativa**, que a longo prazo está se tornando uma questão estratégica e de sobrevivência no mundo dos negócios.

## Princípios Orientadores

Declaração Universal dos Direitos Humanos

Agenda 21

Carta da Terra

Metas do Milênio

Pacto Global

## Códigos e Regulamentos

Convenção da OIT

Acordos Multilaterais e regionais

Diretrizes da OCDE para multinacionais

Convenções contra corrupção

## Processos e Normas

ISO 9001, ISO 14001, ISO 26000

OSHA 18001 NBR16001, AA1000,

SA 8000, PNQ

## Padrões de Relatório

Balanco Social (IBASE)

Global Report Initiative (GRI)

Indicadores Ethos

ISO 14063

Aspectos  
estratégicos

Visão  
Valores  
missão

Políticas  
Liderança  
Recursos

Processos

Impactos econômicos  
Impactos ambientais  
Impactos sociais

Aspectos  
operacionais

Relatórios

**SUSTENTABILIDADE**

**GOVERNANÇA**

- Protocolo Verde**
- Princípios do Equador**
- Declaração de Collovecchio
- Pacto Global
- Carbon Disclosure Project*
- Princípios para o Investimento Responsável
- UNEP-FI*

**FINANÇAS SUSTENTÁVEIS**  
(Lins e Wajnberg, 2007).

- Avaliação de riscos socioambientais
- Crédito responsável
- Produtos com adicionalidades socioambientais
- Microcrédito
- Fundos socialmente responsáveis
- Financiamentos socioambientais
- Seguros socioambientais
- Mercado de carbono

**GESTÃO SUSTENTÁVEL**  
(Lins e Wajnberg, 2007).

- Ecoeficiência
- Critérios socioambientais na contratação de fornecedores e prestadores de serviço
- Divulgação de desempenho
- Diversidade do trabalho
- Mudanças climáticas
- Segurança da informação
- Lavagem de dinheiro

**INVESTIMENTOS SOCIOAMBIENTAIS**  
(Cirelli, 2009).

- Investimentos sociais privados
- Doações
- Patrocínios
- Manutenção de institutos próprios ou fundações
- Programas sociais para comunidades carentes, e recuperação ou preservação dos recursos naturais

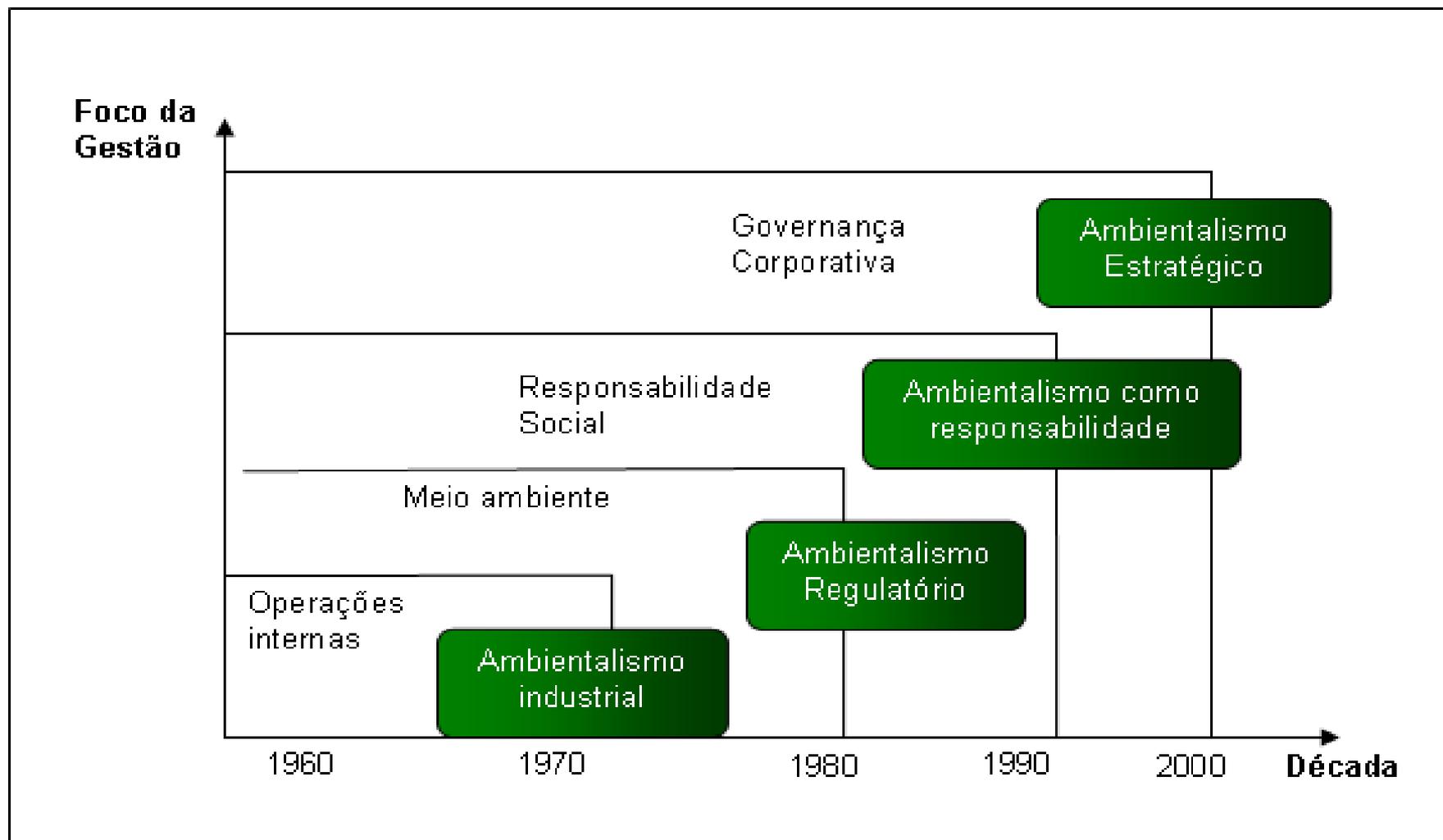
**P  
R  
Á  
T  
I  
C  
A  
S**

**INDICADORES**

- Global Reporting Initiative*
- Índice de Sustentabilidade Empresarial*
- Dow Jones Sustainability Index*



## Mudança do foco das questões ambientais no meio empresarial



<http://www.youtube.com/watch?v=v7SZyidY7mQ>



23 de Março de 2010





# CASE NESTLÉ X GREENPEACE



**GIVE YOURSELF  
A BREAK**



**GIVE RAINFORESTS  
A BREAK**





## CASE NESTLÉ X GREENPEACE

 **Nestlé** Thanks for the lesson in manners. Consider yourself embraced. But it's our page, we set the rules, it was ever thus.  
8 hours ago · Report

 **Darren Smith** Freedom of speech and expression  
8 hours ago · Report

 **Nestlé** you have freedom of speech and expression. Here, there are some rules we set. As in almost any other forum. It's to keep things clear.  
8 hours ago · Report

 **Paul Griffin** Your page, your rules, true, and you just lost a customer, won the battle and lost the war! Happy?  
8 hours ago · Report

 **Nestlé** Oh please .. it's like we're censoring everything to allow only positive comments.  
8 hours ago · Report

YouTube  Search Browse Upload

Have a break?  
GreenpeaceUK 146 videos · Subscribe

**Stop Nestlé buying palm oil from companies that destroy the rainforests**



GreenpeaceUK | March 17, 2010  
<http://www.greenpeace.org/...> Nestlé, maker of Kit Kat, uses palm oil from c...  
368,558 views  
As Seen On: greenpeace.org

### **Exclusão de comentários em mídias sociais e de vídeo do YouTube:**

Acostumada a ser uma das maiores empresas de bem de consumo do mundo e a ter controle sobre a comunicação com seu mercado consumidor, utilizando abordagem autoritária e unidirecional como solução para um problema comunitário.



## CASE NESTLÉ X GREENPEACE



GREENPEACE **Nestlé Killer** Ask Nestlé to give rainforests a break

SHARE THIS [Facebook] [Twitter] [LinkedIn]

**SWEET SUCCESS...**

**Thanks for the break!**  
Nestlé announces it will stop using products that come from rainforest destruction.

▶ Read more.

**WATCH THE VIDEO**

**GET INVOLVED**

Greenpeace International | Get full story | Blogs

**SELECT YOUR REGION:**

- ▶ Africa (EN)
- ▶ Africa (FR)
- ▶ Argentina
- ▶ Australia Pacific
- ▶ Austria
- ▶ Belgium (NL)
- ▶ Belgium (FR)
- ▶ Brazil
- ▶ Canada (EN)
- ▶ Italy
- ▶ Israel
- ▶ Japan
- ▶ Lebanon
- ▶ Luxembourg
- ▶ Mexico
- ▶ Netherlands
- ▶ New Zealand
- ▶ Norway



twitter guilhermed

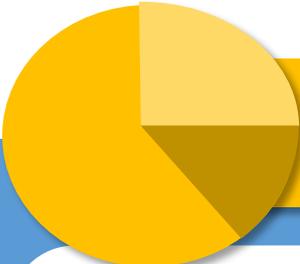
What's happening?

I helped get the orangutan a break! Nestlé to remove rainforest destruction from supply chain.  
<http://j.mp/cqVQXc>

Links will be automatically shortened.

26 Tweet

**Disseminação: Vimeo + Hotsite + Twitter**



## RESULTADOS

**1,5 milhão de visualizações** do vídeo no YouTube

**78.5 mil visualizações** do vídeo no Vimeo nas primeiras **4 horas**

**1.5 mil menções** no Twitter nas primeiras **24 horas**

Batalha extrapola ambiente online: **The Guardian e Sky** noticiam o caso

**200 mil e-mails** enviados à Nestlé após **10 semanas** de campanha

"Nestlé x Greenpeace" no Google gera **1.030.000 resultados**

Notícia - 17 mai 2010



***Thanks for the break!***

Nestlé announces it will stop using products that come from rainforest destruction.

► **Read more.**

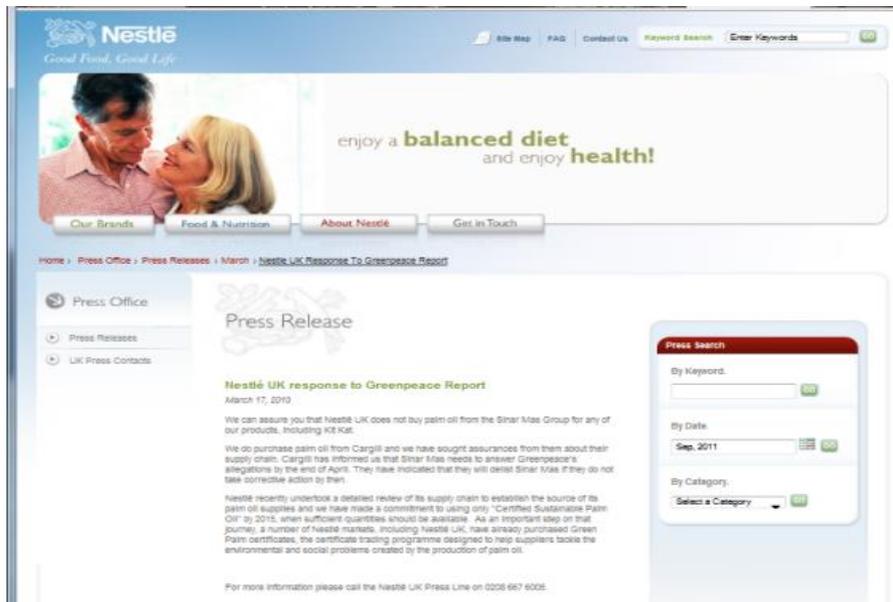


Após campanha do Greenpeace, Nestlé anunciou uma nova política interna para excluir o desmatamento de florestas tropicais de sua linha de produção.

A Nestlé, a maior empresa alimentícia do mundo, anunciou hoje a intenção de parar de comprar matéria-prima cuja produção tenha provocado o desmatamento de florestas tropicais.

## RESULTADOS

LERNER, G. K., GONÇALVES-DIAS, S. L.F. Mídias Sociais e causas ambientais: análise de um caso de cyberativismo do Greenpeace. In: XIII ENGEMA, 2011, São Paulo. In: *Anais...* São Paulo: EAESP-FGV, 2011



Fonte: <http://www.nestle.co.uk/PressOffice/PressReleases/>

Suspensão do contrato de compra do óleo de palma da Sinamars

Parceria com uma ONG de proteção às florestas chamada "The Forest Trust"

Adoção de uma política interna que visa excluir o desmatamento de florestas tropicais de sua linha de produção

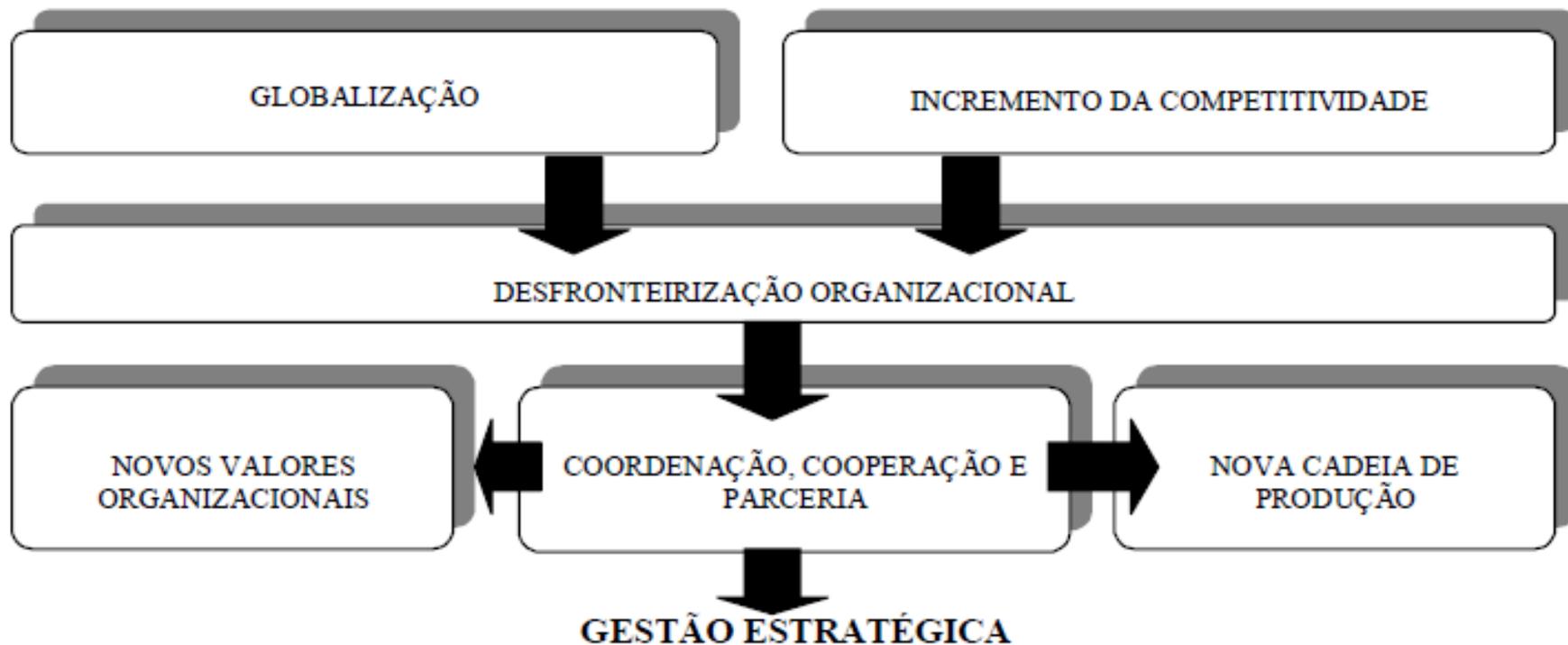
Até 2015 se compromete a comprar apenas óleo de palma certificado, data esta que a empresa acredita que a oferta deste produto será compatível com sua demanda.

Os efeitos do desequilíbrio ecológico provocado por apenas um século de intensa industrialização aumentam dia-a-dia, [...]

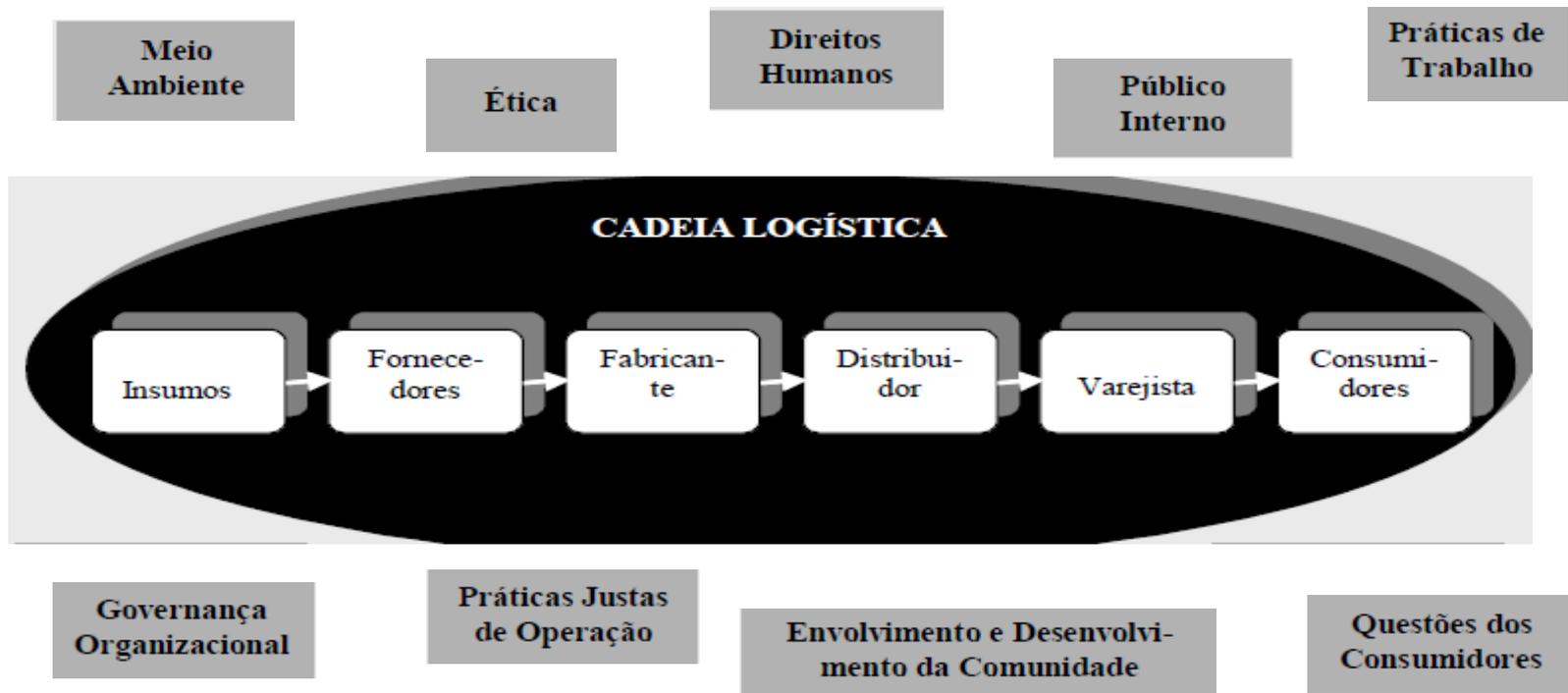
trazendo conseqüências para toda a cadeia de negócios, que vão desde [...]

- a extração de matérias-primas,
- a elaboração dos produtos,
- a distribuição através dos canais,
- até o produto chegar ao consumidor.

**O que significa RSC na cadeia de valor ?**



# Cadeia socialmente responsável

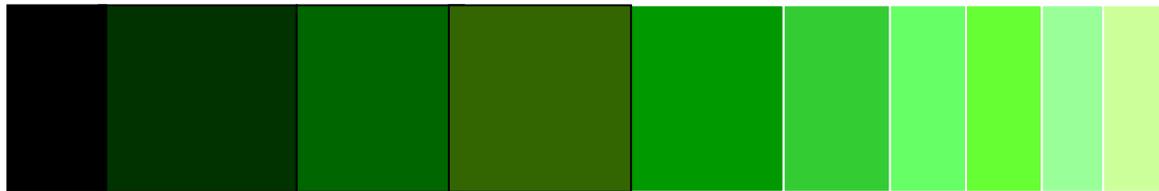


(Aglieri et al, 2009)

## “Tonalgidades” de Verde

O debate sobre a incorporação da Responsabilidade Sociambiental Empresarial é recente e ...

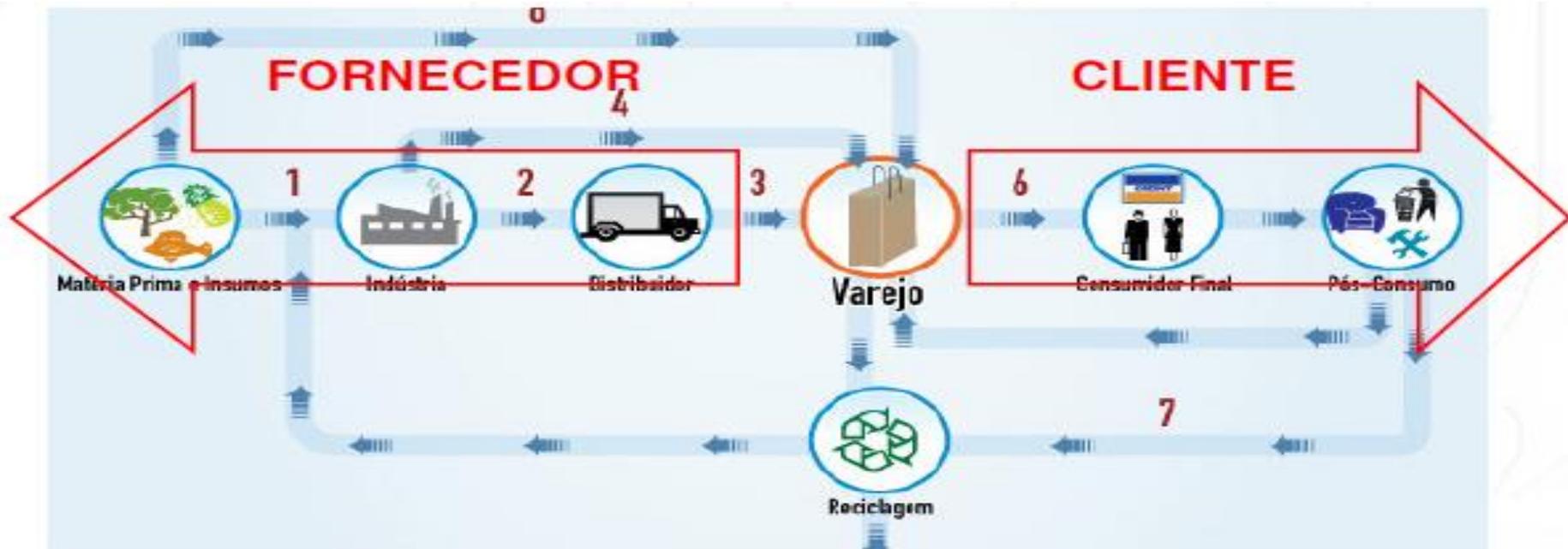
“(...) a assimilação do conceito não se dá igualmente entre as empresas pertencentes a uma determinada cadeia produtiva” (Aglieri et al, 2009).



As empresas estão se tornando responsáveis em diferentes proporções



# Pensando uma operação varejista...



Fonte: Fórum Varejo e Consumo Sustentável  
(MMA/EAESP-FGV, 2008)

# Impacto do varejo no meio ambiente

Uso de água e  
poluição



Práticas  
Agrícolas



Embalagens



Eficiência  
Energética



Impacto **INDIRETO** ao Meio-Ambiente  
92%

**DIRETO**  
8%



Poluição  
Industrial



Pescados



Energia,  
Materiais e  
Métodos  
Construtivos



Transporte

**WAL\*MART** *Brasil*