



**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DO AMBIENTE (CIAMB)
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE PALMAS**

RITA DE CASSIA ALVES OLIVEIRA

**A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL E A
SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA:
ESTUDO DE CASO DA CELTINS**

**PALMAS-TO
2012**

RITA DE CASSIA ALVES OLIVEIRA

**A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL E A
SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA:
ESTUDO DE CASO DA CELTINS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências do Ambiente da Fundação Universidade Federal do Tocantins (UFT), como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre.

Linha de Pesquisa: Impactos Ambientais e Alternativas Sustentáveis.

Orientadora: Profa. Dra. Kelly Bessa

PALMAS-TO

2012

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca da Universidade Federal do Tocantins
Campus Universitário de Palmas**

O48r Oliveira, Rita de Cassia Alves.
A Responsabilidade socioambiental e a sustentabilidade corporativa:
estudo de caso da Celtins / Rita de Cassia Alves Oliveira - Palmas, 2012.
139 f.

Dissertação de Mestrado – Universidade Federal do Tocantins,
Programa de Pós-Graduação em Ciências do Ambiente, 2012.

Linha de pesquisa: Impactos ambientais e alternativas sustentáveis.
Orientadora: Prof^a. Dr^a. Kelly Bessa.

1. Responsabilidade Socioambiental. 2. Sustentabilidade Corporativa.
3. Celtins. I. Bessa, Kelly. II. Universidade Federal do Tocantins. III. Título.

CDD 333.715

**Bibliotecária: Emanuele Santos
CRB-2 / 1309**

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

RITA DE CASSIA ALVES OLIVEIRA

**A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL E A SUSTENTABILIDADE
CORPORATIVA: ESTUDO DE CASO DA CELTINS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências do Ambiente da Fundação Universidade Federal do Tocantins (UFT), como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre.

Linha de Pesquisa: Impactos Ambientais e Alternativas Sustentáveis.

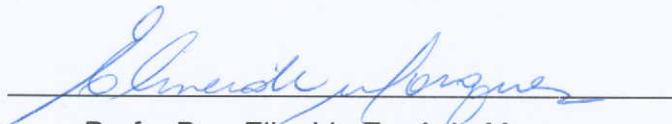
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Kelly Bessa - Orientadora
Universidade Federal do Tocantins (CIAMB-UFT)



Profa. Dra. Creunice de Lourdes Fais
Universidade Federal do Tocantins (Ciências Contábeis-UFT)



Profa. Dra. Elineide Eugênio Marques
Universidade Federal do Tocantins (CIAMB-UFT)

Palmas, 23 de agosto de 2012.

“Dedico este trabalho aos meus filhos
Vitor e Natali, tesouros do meu viver”.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por todas as vitórias conquistadas e as que ainda estão por vir;

Aos meus pais, Vital e Amparo, pelos grandes ensinamentos apesar das dificuldades;

Ao meu esposo Helton e meus pequeninos Vitor e Natali, por serem hoje a fonte dos meus sonhos, desejos e felicidade;

Aos meus irmãos Raquel, Roberta e Ricardo, minhas joias valiosas, pelo apoio de sempre;

À professora Dra. Kelly Bessa, pela orientação segura e dedicada dessa pessoa admirável, que de maneira competente conduziu a realização deste trabalho;

Às amigas Denilda, Leny e Sayonara pelo incentivo e contribuições nos momentos mais difíceis;

Aos professores do curso de Mestrado em Ciências do Ambiente pelo valioso tempo que passamos juntos;

Aos colegas de turma do PGCIAMB 2010 pela tolerância e amizade durante o período do mestrado;

Aos amigos da Universidade Federal do Tocantins (UFT) pelo estímulo, em especial aos colegas Karina e César da Auditoria Interna, Michelle, Jacqueline e Ruberval do Comitê de Avaliação dos Programas e Critérios para Capacitação e Aperfeiçoamento (CAP) e Manoel do PGCIAMB;

À empresa Celtins, pela concessão do material e pela disponibilidade dos seus colaboradores para entrevista e demais abordagens imprescindíveis para a execução da presente pesquisa;

Às professoras integrantes da Banca Examinadora por aceitarem participar do desfecho dessa gratificante empreitada;

Aqueles que direta e indiretamente contribuíram para a concretização desse sonho;

A todos, obrigada! Muito Obrigada!

"Em virtude da maior conscientização do consumidor e da consequente procura por produtos e práticas que gerem melhoria para o meio ambiente ou comunidade, valorizando aspectos éticos ligados à cidadania, o mundo empresarial vê na responsabilidade social uma nova estratégia para aumentar seu lucro e potencializar seu desenvolvimento".

(ASHLEY, 2005)

RESUMO

O propósito deste estudo é compreender a importância e os efeitos da adoção dos princípios e práticas da responsabilidade socioambiental (RSC) para o alcance da sustentabilidade corporativa das empresas, tomando como objeto empírico uma empresa concessionária de serviço público de energia elétrica - a Companhia de Energia Elétrica do Estado do Tocantins (Celtins). O tema proposto é alvo de crescente discussão no meio empresarial, onde se percebe uma incursão das ações socioambientais alinhada aos objetivos institucionais das corporações, pois a obrigação de minimizar ou compensar os impactos causados sobre as pessoas e sobre o meio ambiente vem sendo cobrada por toda a sociedade. Nessa perspectiva, buscou-se inferir a respeito das implicações dessas práticas para a sustentabilidade do próprio negócio, ou seja, questionar como a RSC incorpora-se ao processo de gestão das empresas no sentido de propiciar a sustentabilidade empresarial. Esta pesquisa teórico-empírica foi realizada como um estudo de caso, seguindo uma perspectiva interdisciplinar, em que foram abordados aspectos ligados à Administração, Ciências Contábeis, Direito e Gestão Ambiental, dentre outros. A partir de um levantamento bibliográfico, seguido de análise documental, na qual foram observados elementos qualitativos e quantitativos concernentes às dimensões econômica, social, setorial e ambiental demonstrados no Relatório de Responsabilidade Socioambiental e no Balanço Social da Celtins, referentes aos exercícios de 2009 e 2010; além de outros documentos, publicações, legislação pertinente e *websites* de entidades relacionadas ao tema. Posteriormente, realizou-se entrevista estruturada com os gestores que atuam na área socioambiental da empresa, como meio de aprofundar e correlacionar a problemática estudada por intermédio de análise reflexiva e integrada dos dados coletados, observando sua repercussão no processo empresarial. Evidenciou-se que a convergência das estratégias corporativas à temática socioambiental traz implicações tanto no campo interno quanto externo, acabando por confirmar os pressupostos teóricos acerca dos fatores que influenciam o posicionamento socioambiental estratégico, a saber: a busca pela minimização dos custos e despesas na operacionalização das atividades corporativas, os imperativos setoriais que induzem o cumprimento da agenda normativa em vigor, os fatores motivacionais ligados ao ambiente interno de trabalho associados à necessidade de alavancar o conceito e a credibilidade da empresa no mercado. Nesse sentido, a adoção da RSC pode afetar a gestão da empresa de maneira positiva, gerando oportunidades para a otimização dos resultados econômicos, tanto no sentido de evitar perdas, como de obter ganhos. Ao passo que também propicia aumento do valor reputacional na área de concessão do serviço, contribuindo, assim, para a sustentabilidade do negócio.

Palavras-chave: Responsabilidade Socioambiental. Sustentabilidade Corporativa. Celtins.

ABSTRACT

The purpose of this study is to understand the importance and effects of adopting the principles and practices of social and environmental responsibility to achieve Corporate Social Responsibility (CSR) in the companies, taking as empirical object a public utility company of electrical energy - Companhia de Energia Elétrica do Estado do Tocantins (Celtins). This proposed theme is the goal of increasing discussion in business world where you may figure out an incursion of social and environmental actions lined with institutional goals of corporations, cause the obligation to minimize or to compensate the impacts on the people and on the environment has been charged by the whole society. In this perspective, we've wanted to infer about these practices implications even to the sustainability of the business, or in other words, questioning how CSR is incorporated into the companies' management process as a way to provide even the sustainability of the companies. This theoretical and empirical research has been done as a case study, following an interdisciplinary perspective, in what some aspects of Administration, Accounting, Law and Environmental Management, among others, has been addressed. From a bibliographic survey, followed by a documental analyses, in which we observed qualitative and quantitative elements concerning to economic, social, sectorial and environmental dimensions, shown in the "Relatório de Responsabilidade Socioambiental" and in the "Balanço Social" of Celtins, related to the years 2009 and 2010; even in other documents, publications, relevant law and websites of organizations related to this theme. After then, we performed structured interviews with the managers responsible for the social and environmental areas in the studied company, as a way to deepen and to correlate the studied problem through reflexive and integrative analyses of collected data, observing its repercussion on business process. We've realized that the convergence of corporate strategies to the social and environmental theme brings implications in both the internal and external fields, ending in confirming the theoretical presuppositions about factors that influence the strategic posture of promoting the social and environmental values, namely the searching for minimize costs and expenses in operations of corporative activities, the sectorial imperatives that command normative agenda in place, motivational factors concerned to internal working environment, related to the need to reach the company's conception and credibility in the market. In this sense, Adopting CSR in a company can affect its management in a positive way, generating opportunities to optimize economic results, as to avoid losses as to obtain gains, while it also provides increasing reputational value in public utility concession, contributing even to the sustainability of the business.

Keywords: Social Environmental Responsibility. Corporate Sustainability, Celtins.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | | |
|-----------|--|----|
| Figura 1- | A empresa e a influência das variáveis sociais e ambientais... | 43 |
| Figura 2- | Reflexo dos investimentos em projetos socioambientais por meio de incentivos fiscais..... | 56 |
| Figura 3- | Organograma da Celtins, com ênfase nos setores que atuam na área socioambiental, 2011..... | 79 |
| Figura 4- | A Celtins e seus stakeholders, 2009..... | 82 |
| Mapa 1- | Estrutura administrativa da Celtins na área de concessão, 2012..... | 78 |

LISTA DE QUADROS E TABELAS

| | | |
|------------|--|-----|
| Quadro 1- | Evolução dos eventos ligados às questões socioambientais no Brasil 1930-1990..... | 18 |
| Quadro 2- | Princípios do Pacto Global de Davos, 1999..... | 45 |
| Quadro 3- | Opções estratégicas variáveis diante da legislação existente adotadas pelas empresas..... | 51 |
| Quadro 4- | Legislação compilada aplicável ao Setor Elétrico, 1981-2010..... | 53 |
| Quadro 5- | Principais benefícios fiscais concedidos no âmbito do Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ), 2011..... | 55 |
| Quadro 6- | Estrutura do Relatório de Responsabilidade Socioambiental, 2009..... | 60 |
| Quadro 7- | A RSC e as implicações para a sustentabilidade empresarial..... | 73 |
| Quadro 8- | Principais atribuições da Gerência de Comunicação e Responsabilidade Social e da Coordenação de Meio de Ambiente da Celtins, 2012..... | 80 |
| Quadro 9- | Influência normativa das Resoluções da ANEEL na Celtins | 87 |
| Quadro 10- | Empresas vinculadas à Celtins que participam do PDF-TO, 2012..... | 102 |
| Quadro 11- | Efeitos das ações de responsabilidade social de acordo com o stakeholder envolvido..... | 107 |
| Quadro 12- | Material publicitário acerca das ações socioambientais na Celtins, 2011..... | 115 |
| Tabela 1- | Balancos sociais publicados e selos concedidos, segundo o modelo IBASE, no período de 1996 a 2008..... | 65 |
| Tabela 2- | Composição da força de trabalho na Celtins, 2010..... | 95 |
| Tabela 3- | Relação do custo total anual com funcionários próprios e com terceirizados na Celtins, 2010..... | 96 |
| Tabela 4- | Números do Projeto Luz em Conta, executado pela Celtins, 2009-11..... | 104 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | | |
|------------|--|-----|
| Gráfico 1- | Indicadores ambientais do Balanço Social da Celtins, 2009-10..... | 92 |
| Gráfico 2- | Indicadores sociais internos do Balanço Social da Celtins, 2009-10..... | 96 |
| Gráfico 3- | Relação de acidentes de trabalho entre funcionários próprios e terceirizados, 2009-10..... | 98 |
| Gráfico 4- | Relação cota legal x portadores de necessidades especiais na Celtins, 2009-10..... | 100 |
| Gráfico 5- | Indicadores sociais externos do Balanço Social da Celtins, 2009-10..... | 105 |
| Gráfico 6- | Composição dos investimentos no PLT executado pela Celtins, 2010..... | 106 |

LISTA DE SIGLAS

AA 1000 - *Accountability* 1000

ABRACOPEL- Associação Brasileira de Conscientização para os Perigos da Eletricidade

ABRADEE- Associação de Distribuidores de Energia Elétrica

ADCE - Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas

AGU - Advocacia-Geral da União

AIA - Avaliação de Impacto Ambiental

ANEEL - Agência Nacional de Energia Elétrica

BANESPA - Banco do Estado de São Paulo

BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento

CAC - Centro de Atendimento ao Cliente

CDE - Conta de Desenvolvimento Energético

CEBDS - Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável

CEDECA - Centro de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente

CFC - Conselho Federal de Contabilidade

CGU - Controladoria-Geral da União

CLT - Consolidação das Leis do Trabalho

CMMAD - Comissão Mundial para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento

CNI - Confederação Nacional da Indústria

CONAMA – Conselho Nacional do Meio Ambiente

CSLL - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

CVM - Comissão de Valores Mobiliários

DEC - Duração Equivalente de Interrupção por Unidade Consumidora

DVA - Distribuição do Valor Adicionado

ELETROBRÁS - Centrais Elétricas Brasileiras S.A.

EPE - Estudo de Pesquisa Energética

ETHOS - Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

FBCN - Fundação Brasileira para a Conservação da Natureza

FEC - Frequência Equivalente de Interrupção por Unidade Consumidora

FGTS - Fundo de Garantia do Tempo de Serviço

FIDES - Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social

FNDCT - Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

FPB - Folha de Pagamento Bruta
FSC - *Forest Stewardship Council*
GIFE - Grupo de Instituições, Fundações e Empresas
GRI - *Global Reporting Initiative*
HIV/AIDS - *Human Immunodeficiency Virus*/Síndrome da Imunodeficiência Adquirida
IASC - Índice Anual de Satisfação do Consumidor
IBAMA – Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços
INPA – Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia
IPTU - Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana
IR – Imposto de Renda
ISA - Instituto Socioambiental
ISO - *International Organization for Standardization*
MBA – *Master of Business Administration*
MDL - Mecanismo de Desenvolvimento Limpo
MMA - Ministério do Meio Ambiente
MPOG - Ministério do Planejamento Orçamento e Gestão
MTE - Ministério do Trabalho e Emprego
NBC T - Norma Brasileira de Contabilidade-Técnica
NBR - Norma Brasileira
OHSAS 18000 - *Occupational Health and Safety Assessment Series 18000*
ONG - Organizações não governamentais
ONU - Organização das Nações Unidas
OSCIP - Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
PAT - Programa de Alimentação do Trabalhador
PDF - Programa de Desenvolvimento de Fornecedores
PEE - Programa de Eficiência Energética
PERTINS - Programa de Eletrificação Rural do Tocantins
P&D - Programa de Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico
PIB - Produto Interno Bruto
PIS - Programa de Integração Social
PLT - Programa Luz para Todos
PNBE - Fundação do Pensamento Nacional das Bases Empresariais

PNMA - Política Nacional do Meio Ambiente
PRONAC - Programa Nacional de Apoio a Cultura
RAIS - Relação Anual de Informações Sociais
RGR - Reserva Global de Reversão
RO - Resultado Operacional
ROL - Receita Operacional Líquida
RSC - Responsabilidade Socioambiental Corporativa
SA 8000 - *Social Accountability 8000*
SEDUC - Secretaria de Educação
SEMA - Secretaria Especial do Meio Ambiente
SGASST - Sistema de Gestão Ambiental, Saúde e Segurança do Trabalho
STEET - Sindicato dos Trabalhadores em Eletricidade no Estado do Tocantins
SIPAT - Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho
SISNAMA - Sistema Nacional do Meio Ambiente
SLTI - Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação
TBL - *Triple Bottom Line*
TST - Tribunal Superior do Trabalho
UNICEF - Fundo das Nações Unidas para a Infância

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| INTRODUÇÃO..... | 1 |
| 1- ORIGEM E EVOLUÇÃO DO CONCEITO E DA PRÁTICA DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL CORPORATIVA E A SUA RELAÇÃO SUSTENTABILIDADE..... | 6 |
| 1.1- Periodização das práticas socioambientais das corporações no Brasil..... | 12 |
| 1.1.1- Filantropia (1900-1930)..... | 13 |
| 1.1.2- Regulação do Estado (1930-1990)..... | 15 |
| 1.1.3- Regulação das empresas (a partir de 1990)..... | 25 |
| 1.2- O papel da empresa na sociedade..... | 27 |
| 1.2.1- Cidadania corporativa..... | 31 |
| 1.2.2- Ética empresarial..... | 35 |
| 2- INSTRUMENTOS DA ATUAÇÃO EMPRESARIAL ORIENTADOS PARA A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL CORPORATIVA..... | 40 |
| 2.1- O cenário legal | 44 |
| 2.2- Relatório de Responsabilidade Socioambiental e Balanço Social | 58 |
| 2.3- Marketing verde e as certificações socioambientais..... | 66 |
| 3- O CONTEXTO DE ADOÇÃO DOS PRINCÍPIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL CORPORATIVA NA CELTINS..... | 75 |
| 3.1- Caracterização do cenário da pesquisa..... | 75 |
| 3.2- Engajamento e estratégias da Celtins orientados para a RSC..... | 81 |
| 3.2.1- Engajamento e estratégias no plano econômico..... | 84 |
| 3.2.1.1-Engajamento e estratégias com relação às demandas setoriais..... | 86 |

| | |
|--|------------|
| 3.2.2- Engajamento e estratégias com relação à vertente ambiental..... | 90 |
| 3.2.3- Engajamento e estratégias com relação à atuação social interna..... | 94 |
| 3.2.4- Engajamento e estratégias com relação às ações sociais externas..... | 100 |
| 3.3- As ações relacionadas à satisfação do consumidor e à qualidade percebida..... | 108 |
| 3.4- A publicidade das ações socioambientais..... | 113 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 119 |
| REFERÊNCIAS..... | 123 |
| ANEXOS..... | 134 |
| Anexo 1 – Roteiro da Entrevista Estruturada..... | 135 |
| Anexo 2 – Organograma da Celtins..... | 136 |
| Anexo 3 – Política de Sustentabilidade do Grupo Rede S.A..... | 137 |
| Anexo 4 – Balanço Social modelo IBASE..... | 138 |

INTRODUÇÃO

Notadamente, as últimas décadas do século XX foram marcadas pela adesão das empresas às dimensões sociais e ambientais em seus empreendimentos. Essa mudança nas práticas de gestão foi desencadeada a partir da definição de uma agenda global que, gradualmente, vem conferindo ao desenvolvimento sustentável a missão de reorganizar arranjos políticos, econômicos e sociais em defesa de um socioambiente mais equilibrado.

O engajamento do empresariado nessas questões deve-se a ampla discussão a respeito do agravamento das tensões sociais e da degradação dos recursos naturais. Tal discussão faz com que a sociedade se organize na busca por mecanismos eficazes de preservação da qualidade de vida e do meio ambiente.

Neste ponto, a sociedade civil organizada exerce poder sobre as demais esferas institucionais, pois atua com legitimidade em benefício do interesse comum, articulando-se em várias áreas e exercendo grande influência sobre a opinião pública, bem como exigindo a redução da interferência empresarial no meio ambiente e passando a reconhecer as corporações que promovam melhorias no campo socioambiental.

No ambiente organizacional, os entes corporativos precisam estar imbuídos de ações que tragam valor tanto na vertente econômica como nas social e ambiental. A ideia de que a empresa é responsável pelas consequências dos seus atos se torna ponto comum para a maioria do seu público de relacionamento, quer dizer, para aqueles que influenciam e são influenciados pelas suas decisões.

Em decorrência disso, a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) surge como forma de remediar os efeitos negativos causados pelas ações no setor produtivo, tornando-se fator influente na gestão dos negócios para o século XXI. Aspectos como desenvolvimento comunitário, projetos sociais, educação ambiental e direitos humanos incrementam o vocabulário empresarial, num cenário em que as mazelas sociais e o futuro do planeta deixam de ser uma preocupação restrita ao campo acadêmico e às ações das ONGs para abranger também as relações econômicas e o mundo corporativo.

Essa mudança faz com que os empresários precisam estar atentos às particularidades e complexidades que envolvem a nova dinâmica do mercado para assegurar a manutenção das suas relações.

Experiências internacionais também contribuíram para o crescimento da ocorrência em combinar a ação empresarial a uma conduta social e ambientalmente responsável. Nas colocações de Tinoco (2006, p. 115), “essa postura traz ganhos tangíveis para as empresas, sob a forma de fatores que agregam valor, reduzem custos e trazem aumento de competitividade”.

O assunto passa ser a tônica da atualidade, um tema em voga no mundo corporativo. Laville (2009), contudo, afirma não se tratar de modismo, mas sim de uma adaptação ao contexto de mudança nas relações de trabalho e de consumo que se tornou mais dinâmico, sendo que os custos dessas práticas se alteram para uma lógica de investimentos em uma nova engenharia empresarial.

Com o aumento da competitividade no cenário mundial, as empresas voltam-se para seu público de interesse de forma estratégica, porque uma gestão sintonizada torna-se essencial para a empresa que deseja se manter produtiva no mercado. Machado Filho (2002) observa que entre outras motivações, os efeitos para a imagem corporativa estão entre os fatores que levam a inclusão da RSC às práticas de gestão estratégica. Com isso, as demandas sociais e as tendências emergentes do mercado configuram uma nova abordagem, sobretudo, com o intuito de coligar práticas socioambientais às atividades empresariais, de modo a repercutir positivamente na administração dos negócios.

Paralelamente, fatores regulamentares que integram a estrutura normativa brasileira, especialmente no setor elétrico induzem a incorporação dos princípios do desenvolvimento sustentável desde a década de 1990, quando a temática ganhou força no meio empresarial. Assim, acatar as determinações da regulação setorial torna-se uma necessidade primordial para as empresas que fazem parte desse universo, a exemplo da escolhida para o presente estudo de caso – Cia. de Energia Elétrica do Estado do Tocantins (Celtins).

Nesse contexto, a RSC configura-se em uma escolha necessária, que pode assegurar a sustentabilidade, em longo prazo, por estar sincronizada com as novas dinâmicas que afetam a sociedade sem descuidar das finalidades empresariais.

Nessa perspectiva, a pesquisa envolve questões que visam aprofundar o conhecimento sobre os efeitos das ações de responsabilidade socioambiental nos entes empresariais, mais especificamente ao caso selecionado para o estudo, com o intuito de saber qual a conexão dessas práticas com o desempenho corporativo. Com isso, surgem os seguintes questionamentos: Em que consiste a adequação empresarial ao contexto da sustentabilidade? Qual o fundamento para a compatibilização das atividades econômicas às questões socioambientais se, *a priori*, a obtenção do lucro continua ser a função principal dos empreendimentos econômicos? Quais as implicações das ações de RSC para uma concessionária de energia elétrica? Nessa conjuntura, esta pesquisa buscou responder e discutir a seguinte questão: Como a responsabilidade socioambiental se incorpora ao processo de gestão das empresas no sentido de propiciar a sustentabilidade corporativa?

Desse modo, objetivou-se entender como os resultados angariados a partir de uma conduta socialmente responsável pode afetar a manutenção das atividades empresariais, considerando que as corporações estão, gradativamente, atuando de modo a incluir a dimensão social e ambiental na operação de seus negócios, sobretudo por meio da incorporação dos princípios da chamada Responsabilidade Socioambiental, visando criar uma sustentabilidade corporativa.

A justificativa para a escolha do tema deve-se à crescente participação das empresas em ações ligadas à RSC. De tal modo que, o estudo se torna relevante por estar em pauta no debate público atual, já que se trata de um assunto recorrente em fóruns, seminários, congressos e demais encontros profissionais, além das discussões que envolvem o meio acadêmico e a classe empresarial.

A escolha da Celtins, como objeto empírico para o estudo de caso, ocorreu em razão da mesma afirmar-se, publicamente, como empresa socialmente responsável, estar inserida no setor elétrico, um ramo de atividade potencialmente causador de impacto ambiental, conforme resolução CONAMA nº 01/1986 e 06/1987 e apresentar certa tradição em publicar, anualmente, informações de cunho socioambiental. A empresa também é a única no Estado do Tocantins classificada entre as 100 maiores da Região Norte-Nordeste em vendas, segundo o *ranking* do guia Melhores e Maiores publicado pela revista Exame (EXAME, 2009; 2010; 2011).

Nesse sentido, o presente trabalho tem como objetivo geral compreender os efeitos da adoção dos princípios e práticas da RSC para o alcance da sustentabilidade corporativa das empresas, tomando como objeto empírico a Celtins.

Com relação aos objetivos específicos, o estudo procurou discorrer sobre a origem e a evolução do conceito e da prática da responsabilidade socioambiental corporativa, correlacionando RSC e sustentabilidade; analisar os instrumentos que evidenciam a atuação empresarial orientada para a RSC e caracterizar o contexto de adoção dos princípios da RSC na Celtins, identificando o engajamento e as estratégias direcionadas para tal, assim como discutir as vantagens dessa conduta para a empresa, de modo a verificar se as práticas de RSC estão alinhadas com a estratégia de negócios da empresa.

Para tanto, o presente trabalho envolveu um levantamento de natureza teórico-empírico utilizando-se da estratégia metodológica do estudo de caso da Celtins, empresa concessionária de serviço público, única fornecedora de energia elétrica no Estado.

Para a realização da pesquisa utilizou-se, predominantemente, a abordagem qualitativa, de forma complementar e articulada com enfoques quantitativos no intuito de compreender melhor o fenômeno investigado.

As visitas à empresa foram iniciadas em julho de 2010, momento em que foi obtida a autorização para realização da pesquisa. A partir de então, seguiram-se visitas regulares e contatos via correio eletrônico com o objetivo de colher um suporte documental, assim como obter informações adicionais sobre o estudo. A finalização da pesquisa de campo ocorreu com o término das entrevistas em dezembro de 2011.

A sistemática utilizada para a análise documental foi desenvolvida a partir do que descreve Cellard (2008), que explicita a importância do uso de documentos para a compreensão de um processo. Então, a partir da escolha dos textos, foram avaliadas sua credibilidade e representatividade dentro do tema estudado. A maioria do aporte documental foi elaborada pela própria empresa pesquisada, o que exigiu certa cautela na sua análise e interpretação.

Os documentos analisados foram, principalmente, o Relatório de Responsabilidade Socioambiental e o Balanço Social, referentes aos exercícios

de 2009 e 2010, publicados em 2010 e 2011, a partir da estrutura recomendada pela Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL). Além disso, também foram tomados como base o Relatório Anual da Administração de 2010, documentos e informes institucionais, como a Revista Notícia em Rede, publicada entre os anos de 2010 e 2011, livros, folders, cartazes, jogos, panfletos e cartilhas.

Referente ao mesmo período houve uma complementação da análise documental baseando-se na pesquisa secundária realizada, anualmente, pela ANEEL, relacionada à 10ª e 11ª edição da pesquisa Índice Anual de Satisfação do Consumidor (IASC/ANEEL), além de pesquisas nos *Websites* institucionais do Grupo Rede Energia S.A, Celtins, ANEEL, Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (ABRADEE), Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (ETHOS), dentre outros.

A segunda etapa da pesquisa foi implementada com a aplicação de entrevistas estruturadas (roteiro em anexo), com gestores que atuam diretamente na área socioambiental da empresa.

Posteriormente, efetuou-se a sistematização das informações a fim de fazer uma análise reflexiva e integrada dos dados, seguindo uma perspectiva interdisciplinar, em que foram abordados aspectos ligados à Administração, Ciências Contábeis, Direito e Gestão Ambiental, dentre outros, com intuito de elucidar a problemática em questão.

Esta dissertação está organizada em três capítulos, além desta introdução e das considerações finais. O capítulo 1 aborda a origem e a evolução do conceito e da prática da responsabilidade socioambiental corporativa, correlacionando RSC e sustentabilidade, bem como o debate sobre o papel das empresas na sociedade. O capítulo 2 contempla os instrumentos da atuação empresarial orientada para a RSC, caracterizados a partir do cenário legal, dos demonstrativos e relatórios socioambientais e da gestão mercadológica verde. O capítulo 3 evidencia os resultados do estudo de caso em tela, buscando relacionar a análise empírica com os pressupostos teóricos.

CAPÍTULO 1

ORIGEM E EVOLUÇÃO DO CONCEITO E DA PRÁTICA DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL CORPORATIVA E SUA RELAÇÃO COM A SUSTENTABILIDADE

A origem da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) remonta ao início do século XX, quando em 1919, questões referentes à ética e discricionariedade de dirigentes de empresas foram levadas a julgamento nos Estados Unidos no caso *Dodge versus Ford*. Tratava-se da competência de Henry Ford, presidente e acionista majoritário da empresa Ford, em tomar decisões de cunho social que contrariavam os interesses dos acionistas John e Horace Dodge. Na época, a Suprema Corte foi favorável aos referidos acionistas, levando-se em conta a legislação em vigor que preponderava os interesses empresariais de dar rentabilidade aos seus acionistas em detrimento de ações sociais (REIS e MEDEIROS, 2009).

Esse posicionamento decisório estava em consonância com os regramentos legais daquele momento, revelando o pensamento econômico da fase clássica, quando não havia compromisso da empresa com questões sociais. Nesse período, a empresa socialmente responsável era aquela que buscava sempre responder às expectativas de seus próprios acionistas, maximizando o lucro. Ao agir assim, estaria, a um só tempo, gerando empregos, pagando impostos e oferecendo produtos e serviços. Dessa forma, a empresa estaria cumprindo seu papel na sociedade, deixando os custos sociais a cargo dos governos que foram eleitos para agir no interesse público (SUCUPIRA, 2001).

A partir de 1970 tomou ênfase o posicionamento socioeconômico defendido por Keith Davis, dentre outros, os quais rebatiam a visão econômica clássica e defendiam o papel da empresa na promoção do bem estar social, com objetivos mais amplos do que apenas a obtenção de lucros corporativos (SERPA e FOURNEAU, 2007). Nessa perspectiva, observa-se, num sentido mais amplo, uma inclinação dos negócios para o desempenho social, desde que não haja comprometimento dos objetivos empresariais.

Mais recentemente no início do século XXI, Ashley (2005) sintetizou os argumentos daqueles que são a favor da responsabilidade social corporativa em duas linhas básicas: a ética e a instrumental.

Os argumentos éticos derivam dos princípios religiosos e das normas sociais prevaletentes, considerando que as empresas e as pessoas que nelas trabalham deveriam se comportar de maneira socialmente responsável por ser a ação moralmente correta, mesmo que envolva despesas improdutivas para a companhia.

Os argumentos na linha instrumental consideram que há uma relação positiva entre o comportamento socialmente responsável e o desempenho econômico da empresa (ASHLEY, 2005, p. 44).

Dessa forma, a abordagem tradicional de gestão, voltada apenas para os interesses dos proprietários e acionistas em auferir retorno financeiro, desconsiderando o ambiente no qual estão inseridos, passa a ser contestada por uma visão contemporânea de gestão, na qual a responsabilidade social das empresas, por meio da ação dos seus dirigentes e administradores, passa a ser discutida.

Em função disso, abordagens filosóficas e normativas sobre o dever das corporações em promover o desenvolvimento social passaram a ser debatidas de maneira constante. Tais debates foram iniciados nos Estados Unidos da América (EUA), na década de 1960, e, posteriormente, na Europa e no resto mundo (BOWEN, MADSON, CHAMBERLAIN, ANDREWS e GALBRAITH *apud* ASHLEY, 2005).

As reflexões em torno da RSC foram diretamente influenciadas pelos movimentos reivindicatórios ocorridos entre o século XIX e XX. Inicialmente pelas melhorias das condições de trabalho e dos direitos trabalhistas, em consequência das mobilizações de associações de operários e sindicatos, iniciadas no século XIX, e posteriormente pelo movimento em prol do meio ambiente que adquiriu maior expressão na segunda metade do século XX, em decorrência do clamor social diante dos acidentes ambientais provocados pelas ações corporativas.

Em consequência dos impactos gerados pelas visíveis intervenções das empresas em seu socioambiente, estas passaram a ser mais observadas e cobradas pela sociedade, aumentando, assim, a pressão social tanto para preservação ambiental quanto para a melhoria da qualidade de vida e segurança no ambiente de trabalho.

Nesse contexto, surge uma nova percepção sobre o papel das empresas na sociedade, agora cada vez mais vistas como um sistema social organizado, em que se desenvolvem relações diversas, além daquelas estritamente econômicas, e que podem influir positivamente e/ou negativamente no meio em que estão inseridas.

Essa realidade provocou uma mudança de posicionamento acerca do ambiente corporativo, que, a partir de então, busca conciliar desempenho econômico com desenvolvimento social e preservação ambiental, o que para alguns autores, como Ferreira (2007) e Vellani e Ribeiro (2009), completa o tripé da sustentabilidade¹ ou *Triple Bottom Line (TBL)*, termo conhecido internacionalmente.

No âmbito empresarial, o entendimento da sustentabilidade está relacionado à manutenção das atividades de maneira produtiva e rentável, acompanhada de equidade social e da preservação do ambiente natural, integradas de forma harmônica e complementar para o alcance dos objetivos organizacionais.

Sobre este assunto, Reis e Medeiros (2009) enfatizam a existência de divergências e de convergências fundamentais entre os interlocutores a respeito do que realmente leva as empresas a adotarem um comportamento socialmente responsável na gestão dos negócios.

É possível, então, perceber que essa discussão tem-se apresentado polêmica e complexa devido aos vários entendimentos que o assunto acomoda em virtude da multiplicidade de interesses que permeiam as ações de caráter socioambiental associadas às práticas empresariais. Assim, nota-se que a relação de causa e efeito desses atos tornou-se balizada pela (re)ação dos diversos atores sociais envolvidos, os chamados *stakeholders*².

Como consequência disso, o termo RSC em si não traz o mesmo entendimento para todos, tornando seu conceito ambíguo, já que para alguns pode representar a ideia de uma obrigação legal, para outros pode ser considerada uma contribuição empresarial beneficente. Já para outros, o

¹ Segundo Ribeiro (2009, p. 65), “a ideia de sustentabilidade tem várias dimensões e supõe a habilidade de civilizações, sociedades e organizações para perdurar no tempo e evitar o colapso”.

² Conforme Machado Filho (2002, p. 8), *stakeholders* são “grupos ou indivíduos com os quais a organização interage ou tem interdependências, ou qualquer indivíduo ou grupo que pode afetar ou ser afetado pelas ações, decisões, políticas, práticas ou objetivos da organização”.

significado de uma consciência social e ambientalmente construída.

De acordo com Ferraz (2007), a RSC surge como uma nova relação entre os conceitos “capital” e “trabalho”, a partir de apelos dirigidos ao mundo empresarial, no intuito de que os empresários devolvam aos lugares, onde desenvolvem suas atividades, uma parte dos lucros que obtêm, na forma de investimento social e ambiental, a fim de melhorar as condições de vida das pessoas.

Entendimento análogo ao de Borger (2001, p. 36), cujo conceito “está associado ao reconhecimento de que as decisões das companhias alcançam um universo de agentes sociais muito mais amplo do que o composto por seus sócios e acionistas”. Nesse ponto, os autores levam em consideração os vários públicos (empregados, fornecedores, clientes, consumidores, investidores, competidores, governo, comunidade, entre outros) que influenciam e também são influenciados pela atuação da empresa, pois, afinal de contas, são eles os responsáveis pela rentabilidade nos negócios.

Ferrel (2001, p. 7) alega que o conceito de RSC envolve “a obrigação que a empresa assume com a sociedade”. Essa mesma linha de raciocínio é adotada por Santana (2008, p. 33) que a define como:

o comprometimento das empresas em assumir procedimentos éticos para o alcance do desenvolvimento econômico, não desprezando a preocupação com a qualidade de vida de todos os grupos que são influenciados pela ação das empresas.

Já no descrever de Kitahara (2007, p. 10), o termo enseja “o reconhecimento de todos os partícipes da sociedade em preservar o ambiente e seus recursos para si e para as gerações futuras”. Esse entendimento tende a uma visão mais generalizada de responsabilidade, que também é estendida para todos os cidadãos e possui embasamento no conceito de desenvolvimento sustentável.

Assim, distintos autores entendem a RSC como uma forma ética e responsável de agir para além dos limites físicos da empresa, uma vez que seus efeitos podem abranger toda a sociedade. Tal abordagem, focada numa postura politicamente correta, é a linha predominante na discussão entre os institutos e as fundações que debatem o assunto no Brasil, como o Instituto Ethos de Empresas

e Responsabilidade Social, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), o Instituto Socioambiental (ISA), dentre outros.

A propósito, a junção do termo para “Responsabilidade Socioambiental Corporativa” visa tornar evidente a importância dada a essas duas dimensões da sustentabilidade e, nesse sentido, Dias (2009, p. 167) afirma que “a Responsabilidade Ambiental está contida na Responsabilidade Social Empresarial, e deve ser entendida como parte integrante desta, nunca de forma isolada”.

O autor ainda questiona a inserção do conceito de desenvolvimento sustentável no meio empresarial pelo fato desse argumento se pautar mais como um modo das empresas assumirem formas de gestão mais eficientes do que em uma elevação do nível de consciência do empresariado em torno do desenvolvimento econômico mais sustentável (DIAS, 2009).

Alguns autores também discorrem sobre o assunto numa perspectiva mais crítica. Tinoco (2006) ressalta que o sentido da RSC está muito mais próximo das estratégias de sustentabilidade de longo prazo das empresas, que passam a incluir, na lógica dos lucros, a necessária preocupação com os efeitos das suas atividades ao bem-estar da sociedade.

No raciocínio de Santa Rosa (2007), a RSC caracteriza-se por ser uma das muitas faces que o capitalismo apresenta nas últimas décadas, sendo que sua prática adotada pelas empresas tem como finalidade o lucro, mesmo quando se mostram preocupadas com os problemas socioambientais.

Segundo Dupas (2005, p. 121), a emergência do conceito e das práticas da RSC é “parte das estratégias de legitimação do capital, num contexto em que ele é muitas vezes apontado como responsável por vários distúrbios sociais” e, ao mesmo tempo, ambientais. Com isso, o autor relaciona essas ações da classe empresarial às necessidades de mercado para manutenção da economia, uma espécie de ferramenta a serviço do capitalismo.

Silva (2008, p. 6-8), de modo semelhante, conclui que se trata de “uma estratégia política, ideológica, cultural e social para encobrir irregularidades existentes no setor produtivo [...] além de legitimar uma nova cultura de solidariedade e parceria”. Nesses termos, a autora alerta aos possíveis benefícios

angariados como o conseqüente fortalecimento da marca, da imagem e da reputação por meio de uma legitimação socioambiental.

Por outro lado, Laville (2009, p. 39), considerada introdutora do debate sobre o desenvolvimento sustentável na França, enfatiza aspectos positivos do interesse das empresas na sustentabilidade complementando que a RSC pode ser “uma revolução cultural global, cuja amplitude medimos um pouco melhor a cada dia, e, gradual ou estrategicamente, cada vez mais empresas tomam conhecimento dela”. É, portanto, encarada como um novo paradigma que se desenha nas empresas, tratando-se de uma evolução na maneira de tomar suas decisões, tornando-se necessária com a igual evolução do contexto empresarial no mundo.

Diante das concepções referenciadas até aqui, é possível inferir que o conceito de RSC envolve vários sentidos, não estando ainda suficientemente estabilizado, conforme apontam alguns autores, a exemplo de Borger (2001), Ashley (2005), Oliveira (2007) e Hirata (2009).

E, embora o assunto não apresente uma teoria consolidada, Ribeiro (2008) chega a descrever três modelos de gestão socioambiental existentes na literatura contemporânea brasileira, quais sejam:

O primeiro proposto por Tachizawa (2007) *apud* Ribeiro (2008), que sugere um modelo de gestão social e ambiental que leva em conta o arranjo estratégico de uma empresa, indicando cinco estágios relacionados à prática da RSC. O segundo sugerido por Demajarovic (2003) *apud* Ribeiro (2008), o qual apresenta as principais características de uma empresa considerada proativa³ no campo socioambiental. E, o terceiro, definido por Barbieri (2004) *apud* Ribeiro (2008), que ressalta o aspecto preventivo da atuação empresarial, principalmente no que se refere à eficiência no processo produtivo.

Apesar das particularidades existentes nos modelos apresentados, observa-se uma conotação em comum, visto que todos, de uma maneira ou de outra, trazem elementos que dão suporte à melhoria contínua da gestão. Dessa forma, se utilizam de motivação econômica para praticar ações de cunho socioambiental e incrementar seus resultados, seja na busca por estratégias

³ Para Oliveira (2007), a empresa assume uma postura proativa quando toma a iniciativa de buscar e implementar soluções para os problemas sociais e ambientais existentes.

competitivas, seja na melhoria da imagem e reputação, seja na implementação de mecanismos para o aumento da eficiência.

No Brasil, a inserção do conceito de RSC, propriamente dito, começou a ser discutida ainda na década de 1960, com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), destacando-se as principais manifestações no estado de São Paulo em razão da importância econômica e política deste Estado no cenário da industrialização brasileira da época (TORRES, 2001).

Contudo, foi a partir da década de 1990 que o movimento de RSC ganhou impulso com a ação de vários agentes como entidades não governamentais, sociedade civil organizada, governos, institutos, fundações e empresas que perceberam a relevância do tema para a sustentabilidade dos negócios.

1.1 - Periodização das práticas socioambientais das corporações no Brasil

Para discorrer sobre a evolução da RSC no Brasil, optou-se por desenvolver uma perspectiva histórica em que propomos uma abordagem periódica do tema.

Como ponto de partida, tem-se o início do século XX até aproximadamente a década de 1930, quando houve o predomínio de ações filantrópicas destinadas à comunidade. Já o segundo momento compreendeu o período entre as décadas de 1930 a 1990, com definição de normas pelo Estado, que de forma centralizada regulamentou as políticas sociais e ambientais a serem seguidas no País, influenciando comportamentos e decisões empresariais. E, finalmente, o terceiro momento iniciado a partir da década de 1990, quando se verificou um considerável incremento nas práticas socioambientais corporativas, aliadas ao terceiro setor, e a sua disseminação passou a ser, cada vez mais, produto da interação entre ideias, valores e estratégias da ação de atores sociais diversos.

1.1.1 - Filantropia (1900 - 1930)

A filantropia empresarial, na maioria das vezes, é caracterizada como o estágio inicial da RSC. Assim sendo, sua origem está vinculada ao aparecimento da discussão em torno do que é hoje entendida como responsabilidade social nos negócios, com início no século XX nos EUA.

Segundo Escorsim (2008, p. 6),

[...] historicamente no Brasil as ações filantrópicas estiveram arraigadas à concepção caritativa de ajuda ao próximo sob o prisma da moral cristã, na qual há o reconhecimento do valor da pobreza como redentora dos pecados.

Para a autora, existem registros de manifestações no Brasil, ainda no século XVIII, que, de maneira incipiente, juntavam a filantropia e a assistência social às práticas de caridade. Assim, essas ações eram referendadas pelas instituições religiosas, principalmente a Igreja Católica que exercia grande influência naquele momento.

Já, Borger (2001) acrescenta que a filantropia empresarial iniciou-se com a tradição protestante de doação secular norte-americana e com a origem familiar das corporações. A autora destaca que os empresários faziam doações a causas nobres, e se envolviam diretamente em projetos sociais, como por exemplo: construção de escolas, casas e hospitais para os funcionários e a comunidade local.

Nesse contexto, a filantropia era associada à caridade e ao paternalismo, assumindo um caráter imediatista e protelatório, e a sua abrangência limitava-se ao favorecimento de uma pequena parcela da comunidade. As doações eram realizadas pelos empresários individualmente, não se tratavam, portanto, de decisão empresarial ligada ao planejamento corporativo, o que para alguns autores compreende a principal distinção entre a filantropia e a RSC (BORGER, 2001; TINOCO, 2006).

A ação filantrópica era fomentada pelo interesse particular do empresário cuja efetividade se dava por motivos diversos, pautava-se na vinculação do reconhecimento da bondade do doador pelo receptor do benefício e os seus efeitos eram de curto alcance, pois se tornavam limitados devido à falta de interação com os objetivos da empresa.

Na compreensão de Merege e Alves (1997), o histórico do acanhado desenvolvimento da filantropia empresarial no Brasil se deve às características das empresas que, em sua maioria, eram de origem familiar, patrimonialista e com baixo grau de profissionalismo. Esses aspectos configuravam-se como obstáculo para um maior envolvimento da classe empresarial brasileira nas questões socioambientais.

Ferrel (2001), por sua vez, engloba a filantropia como uma das quatro dimensões da RSC, conforme degrau da responsabilidade social proposto por Carroll (1979), quais sejam: responsabilidade econômica, responsabilidade legal, responsabilidade ética e responsabilidade filantrópica. Assim, o autor entende que a filantropia empresarial também está contida na RSC.

Já na percepção de Reis e Medeiros (2009), o sentido da RSC também é entendido como filantropia, quando os autores relatam que são diversos os públicos com os quais a empresa interage, e a escolha dos beneficiados não é aleatória, mas se dá conforme sua visão estratégica, tratando-se de uma filantropia estratégica. Em termos de definição, existe uma associação das práticas humanitárias com as diretrizes e objetivos empresariais.

O mesmo entendimento é seguido por Dupas (2005, p. 121) ao frisar que a “filantropia se adapta com vantagens às formas de lucro empresarial: promove a imagem da empresa, agregando valor à sua marca”. Nesse sentido, parece haver certa confusão com a nomenclatura, ao identificar os dois termos com uma única característica.

Contrariamente, Ferraz (2007, p. 56) argumenta que “a responsabilização social não significa simplesmente a disponibilização de recursos financeiros para as ações sociais, isso seria filantropia, de cunho beneficente”. Para a autora, a RSC abrange mais que um patrocínio a projetos socioambientais, por se tratar de uma ação revestida de caráter normativo visando o alcance de resultados, sendo de fato algo mais determinado do que uma simples doação.

Nessa perspectiva, alguns autores, atualmente, destacam pontos distintos entre a atuação da filantropia e da RSC. Como observa Santos (2003, p. 18),

Responsabilidade social não é sinônimo de filantropia, mas representa a sua evolução ao longo do tempo. Enquanto a filantropia trata das ações de benemerência da empresa por meio de participações em campanhas isoladas ou doações aleatórias que faz a instituições sociais, o conceito de responsabilidade social possui uma amplitude muito maior.

A autora pondera que a postura empresarial socialmente responsável pode ter suas inspirações numa matriz filantrópica, mas que atualmente se distancia dela, uma vez que o próprio sentido da RSC a torna mais institucional. Além do que, hoje, as empresas assumem uma posição mais afinada com as ações socioambientais e com seus valores e objetivos (IOSCHPE *apud* PASSADOR, 2002).

O entendimento do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social⁴, em seu *website* oficial, é de que a RSC faz parte do planejamento estratégico, ou seja, trata diretamente dos negócios da empresa e é instrumento de gestão. Diferentemente, a filantropia é apenas relação social da empresa para com a comunidade (ETHOS, 2011). Nesse sentido, o que as distingue é a finalidade da ação para a empresa, trata-se de ter ou não vinculação com as estratégias adotadas pela empresa.

1.1.2 - Regulação do Estado (1930 - 1990)

O avanço da industrialização foi caracterizado pela produção em grande escala e pelo consumo massificado. Estes fatores marcaram a deterioração da qualidade ambiental e o desequilíbrio das relações sociais na medida em que se propagaram mundo afora.

As corporações sempre detiveram grande poder na sociedade como reflexo da hegemonia do sistema capitalista. E a sua atuação ocorrera de forma arbitrária sobre o meio ambiente, pois os recursos naturais eram explorados como matéria-prima em seu processo produtivo e os resíduos lançados livremente na natureza, gerando sérios impactos socioambientais. Essa situação começou a se alarmar e ter maior visibilidade, inicialmente, nos países desenvolvidos, e, posteriormente, nos demais países por volta de meados do século XX (DIAS, 2009).

A crise econômica de 1929 e as duas grandes guerras mundiais provocaram grande instabilidade social no mundo inteiro, contribuindo para

⁴ Instituição brasileira sem fins lucrativos que se dedica a disseminar a prática da Responsabilidade Social Corporativa desde 1998.

reflexões e mudanças de comportamento em que se inauguravam novas percepções e valores preservacionistas.

No Brasil, esse período foi marcado pela gênese da regulamentação estatal por meio da promulgação da constituição de 1934 e elaboração de leis infraconstitucionais com a finalidade de formar uma base legal para a implementação das políticas sociais e ambientais.

Cunha e Coelho (2003, p. 46) relatam que:

A Revolução de 30 e a Constituição de 1934 marcaram a transição de um país dominado pelas elites rurais para um Brasil que começa a se industrializar e urbanizar, particularmente na Região Sudeste. O Estado se fortalece, passa a centralizar decisões e a enfrentar o poder dos coronéis regionais.

Observa-se uma organização do Estado com intuito de criar aparatos institucionais que garantissem o cumprimento das políticas regulatórias emergentes, com a criação de órgãos, fundações e unidades de conservação. Um exemplo ilustrativo desta regulamentação está na criação da Fundação Brasileira para a Conservação da Natureza (FBCN), conforme sintetizado no Quadro 1.

Foi a partir desse período que se iniciou uma fundamentação legal voltada para as questões socioambientais, acrescentado por Dallari (2009, p. 200) como “expressões de um redesenho da sociedade e do Estado”. O Governo cria regulamentações para o uso dos recursos ambientais e para as relações trabalhistas, passando a fiscalizar o cumprimento da legislação e a estabelecer uma ordem normativa. Para Reis e Medeiros (2009), esses eventos afetaram as práticas corporativas, principalmente no que tange às relações laborais.

No entendimento de Martins (2007), sofreu a influência do constitucionalismo social ao trazer pela primeira vez numa constituição brasileira, na Carta Magna de 1934, o tema trabalhista, regrando assuntos como a garantia da liberdade sindical, salário mínimo, jornada diária de oito horas de trabalho, proteção ao trabalho das mulheres e menores, repouso semanal, férias anuais remuneradas, entre outros.

No entanto, conforme ressaltado por Pereira (2007) o crescimento da influência governamental nas corporações tratava-se de uma mudança de racionalidade, motivada pelo crescimento urbano e pelo desenvolvimento econômico do País naquele momento. Para a autora tal procedimento visava à

adequação da realidade institucional, não havendo maiores conflitos de interesses entre o empresariado e poder público, o que demonstrava a predominância do poderio corporativo diante do interesse coletivo.

Observa-se também, nesse período, mudanças de comportamento no campo acadêmico com a implementação de ações integradas no sentido de formalizar a Educação Ambiental no Brasil, inclusive com a criação de cursos especializados na área, conforme Quadro 1.

Com o aprofundamento da crise ambiental, o padrão de desenvolvimento vigente não atendia adequadamente a maior parte da população que sobrevivia em condições adversas com profundas assimetrias sociais. Assim, percebeu-se que tal modelo predatório colocava em risco tanto a sobrevivência física quanto a cultural da sociedade, fazendo-se necessário repensar sobre as formas de produção e de consumo.

Os acidentes industriais e a contaminação dos solos, da água e do ar, também chamaram a atenção da opinião pública para a gravidade do problema e contribuíram para o avanço do debate sobre a temática ambiental, como Barata (2009, p. 277) comenta:

A ocorrência de acidentes ambientais obrigou as empresas a arcar com gastos elevados em pagamentos de indenizações, recuperação dos ambientes danificados e ações para mitigação e controle dos danos. Também houve prejuízo para a imagem das empresas geradoras de danos ambientais.

Diante desses fatos, as empresas passaram a desenvolver mecanismos que contribuíssem para a redução dos impactos das suas operações no meio ambiente e que, principalmente, pudessem conservar a sua rentabilidade e a reputação perante o mercado.

Outro aspecto preponderante foi o movimento ambientalista deflagrado a partir da década de 1960 inicialmente nos países desenvolvidos e, posteriormente, no Brasil. As ideias sobre o ambientalismo influenciaram de forma positiva a adoção dessas práticas de cunho socioambiental.

Sobre o tema, Dias (2009, p. 12) afirma que “até o ano de 1962, os problemas derivados da relação do homem com o meio ambiente foram tratados de forma muito superficial”. A partir de então, esse cenário de reivindicações sociais e ambientais gerou um sistema de valores pautado na adaptação das empresas às novas expectativas da sociedade.

Quadro 1 - Evolução dos eventos ligados às questões socioambientais no Brasil 1930 - 1990

| Ano | Evento |
|------|---|
| 1934 | - Introdução da pesquisa e do ensino de Ecologia no Brasil, pelo professor Felix Rawitscher. Suas ideias representaram os passos pioneiros do atual movimento ambientalista nacional. - Criação do decreto 23.793, que transformava em Lei o anteprojeto do código florestal de 1931. Em consequência, foi criada a primeira unidade de conservação do Brasil, o Parque Nacional do Itatiaia. |
| 1939 | - Criação do Parque Nacional do Iguaçu. |
| 1958 | - Criação da Fundação Brasileira para a Conservação da Natureza (FBCN). |
| 1960 | - Surgimento do ambientalismo nos Estados Unidos, gerando influência no mundo inteiro, inclusive no Brasil. |
| 1964 | - Criação da Lei 4.504, que dispunha sobre o Estatuto da Terra. |
| 1965 | - Instituição do novo código florestal pela Lei 4.771. |
| 1970 | - Implantação do projeto Grande Carajás e da Usina Hidrelétrica de Tucuruí, desencadeando debates sobre os problemas socioambientais decorrentes desses empreendimentos. |
| 1972 | - Criação do curso de Pós-Graduação em Ecologia na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRS). - Efetivação da primeira Avaliação de Impacto Ambiental feita no Brasil para grandes empreendimentos, realizada na construção da Usina Hidrelétrica de Sobradinho - BA. |
| 1973 | - Elaboração do decreto 73.030, da Presidência da República, que criava, no âmbito do Ministério do Interior, a Secretaria Especial do Meio Ambiente (SEMA), primeiro órgão brasileiro de ação nacional, orientado para a gestão integrada do meio ambiente. - Criação da Lei 6.001, que dispunha sobre o Estatuto do Índio. |
| 1976 | - Criação dos cursos de Pós-Graduação em Ecologia nas universidades do Amazonas, Brasília, Campinas, São Carlos e INPA. |
| 1977 | - Constituição de Grupo de Trabalho (SEMA) para elaboração de documento com o objetivo de definir o papel da Educação Ambiental no contexto da realidade socioeconômico-educacional brasileira. - Criação de cursos voltados à área ambiental em várias universidades brasileiras. - Execução de seminários, encontros e debates sobre a temática ambiental, patrocinados por órgãos estaduais e federais. |
| 1981 | - Sanção, pelo presidente João Figueiredo, da Lei 6.938, que dispunha sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins, mecanismos de formulação e aplicação. |
| 1985 | - Promulgação da Lei 7.347, que disciplina a Ação Civil Pública de responsabilidade por danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico. |
| 1986 | - Aprovação da resolução CONAMA 01/86, que estabelecia diretrizes para o uso e implementação da Avaliação de Impacto Ambiental como um dos instrumentos da Política Nacional do Meio Ambiente. - Realização na UNB do I Seminário Nacional sobre Universidade e Meio Ambiente, com intuito de iniciar um processo de integração entre as ações do Sistema Nacional do Meio Ambiente e do Sistema Universitário. |
| 1987 | - Contaminação pelo césio-137 em Goiânia - GO com repercussões internacionais. |
| 1988 | - Promulgação da atual Constituição Brasileira, contendo um capítulo sobre o meio ambiente, direitos sociais e vários artigos afins. - Assassinato do ambientalista e líder sindical Francisco Mendes Filho (Chico Mendes), reconhecido internacionalmente pela sua militância, com isso aumentou as pressões sobre a política ambiental brasileira. - Instituição do Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro. |
| 1989 | - Criação do IBAMA pela Lei 7.735, com a finalidade de formular, coordenar e executar a política nacional do meio ambiente. - Realização, em Campo Grande (MS), do I Congresso Internacional sobre a Conservação do Pantanal. |
| 1990 | - Formação do Fórum Brasileiro de ONGs, movimento social preparatório para a Rio-Eco 92 que viria a acontecer na cidade do Rio de Janeiro em 1992. |

Fonte: Elaborado a partir de Dias (1998). Organização: OLIVEIRA, 2012.

A década de 1960 foi ainda marcada por tentativas de se definir melhor a RSC, pelo fato de ser um momento de contestações e de turbulência, quando as grandes empresas tornaram-se alvos de frequentes reivindicações sociais.

No cenário brasileiro, a publicação da “Carta de Princípios dos Dirigentes Cristãos de Empresas”, em 1965, destaca-se como um dos primeiros eventos, relacionado à classe empresarial, no sentido de explicitar a responsabilidade social das empresas. Mesmo ocorrido de forma inicial e sofrendo certas restrições pela falta de liberdade imposta no período de ditadura pós 1964, foi inegavelmente um marco para as discussões e a disseminação da ideia para os anos posteriores.

Já na década de 1970, Torres (2001) destaca a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), relatório obrigatório para todas as empresas que atuam no Brasil, como uma das primeiras iniciativas a abordar os aspectos sociais corporativos no país. Porém, cabe ressaltar que tal procedimento trata-se de obrigação legal criada pelo Decreto-lei nº 76.900/75 que ainda permanece em vigor, não se constituindo, necessariamente, em prática socioambiental, mas sim no cumprimento da legalidade.

Nessa época, a temática ambiental também entrava na pauta de encontros governamentais e nas rodadas de discussões internacionais, tornando-se preocupação contínua dos governos e da sociedade na busca por instrumentos que pudessem regular a atuação das empresas sobre o socioambiente.

O marco inicial desse movimento foi a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, realizada pela Organização das Nações Unidas (ONU), em 1972, em Estocolmo, na Suécia. Esse encontro gerou a Declaração sobre o Ambiente Humano, produzindo efeitos pelo mundo no sentido de orientar a preservação e a melhoria do ambiente humano a partir da necessidade de se elaborar estratégias ambientalmente adequadas para a promoção de um crescimento mais equilibrado.

Tal ênfase na defesa do meio ambiente humano, perante a questão ambiental do modelo de desenvolvimento de cunho predatório, foi resultado de um despertar da consciência ecológica em nível global, que buscou ir além das questões de âmbito local ou regional, as quais, nas décadas de 1950 e de 1960, já incomodavam as agências estatais de controle ambiental das nações industrializadas e incrementavam as atividades dos movimentos ambientalistas (PHILIPPI JR; BRUNACCI, 2005, p. 257).

Nesse contexto, seguem as indagações sobre o padrão de crescimento econômico versus dignidade humana e exploração dos recursos naturais, as quais provocaram debates mais localizados sobre a RSC e os limites do crescimento.

Faria e Sauerbronn (2008, p. 15) confirmam que no final da década de 1970, surgiu a ideia de “RSC significando a substituição da perspectiva individualista pela organizacional”. Para os autores, ali ficou dissociado o entendimento de RSC da noção de filantropia, pois o caráter corporativo propriamente dito passou a caracterizar as decisões empresariais por meio de ações planejadas com objetivos, metas e procedimento preestabelecidos, ou seja, dentro de uma racionalidade estratégica.

As últimas décadas desse período foram marcadas por vários acontecimentos que, ao seu modo, vieram contribuir para o aumento da prática da responsabilidade socioambiental no campo empresarial.

No âmbito global, nasce o conceito de Desenvolvimento Sustentável por intermédio do Relatório de *Brundtland*, também conhecido como “nosso futuro comum”, divulgado em 1987 pela Comissão Mundial para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CMMAD). Esse documento pode ser considerado um dos mais importantes documentos sobre a questão ambiental e o desenvolvimento, pois, ao relacionar a economia ao meio ambiente, permitiu-se uma abertura para a discussão em torno da sustentabilidade do planeta com fins de atender as gerações vindouras.

Desse modo, como afirma Veiga (2009, p. 157),

seu sentido começou a se legitimar como o maior desafio do século, quando Gro Harlem Brundtland, presidente da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, o caracterizou com um conceito político perante Assembleia Geral da ONU de 1987.

Nessa perspectiva, passava a existir uma interação entre governos, setores produtivos, demais agentes sociais e o meio ambiente na busca por resultados que atendam não só as expectativas econômicas, mas também de bem estar social. Assim, desenvolveu-se a discussão sobre a dimensão social e ambiental na empresa.

De acordo com Barata (2009, p. 272),

A sustentabilidade empresarial corresponde à habilidade da empresa de manter-se competitiva e rentável, ao longo do tempo, por meio da oferta

de produtos e/ou serviços com qualidade e preços compatíveis com o mercado, e da justa remuneração de sua força de trabalho, investidores e/ou proprietários.

Em síntese, a autora relaciona a sustentabilidade no contexto empresarial ao desenvolvimento econômico, à justiça social e à utilização racional dos recursos naturais. Essa afirmação é também amparada por Vellani e Ribeiro (2009) quando ressaltam que o desenvolvimento sustentável apoia-se na integração desses três aspectos: o econômico, o social e o ambiental.

Com isso, as empresas buscam procedimentos que possam assegurar a manutenção das suas atividades em longo prazo por meio da diminuição dos custos operacionais e do aumento da lucratividade. Em termos gerais, envolve investimentos em tecnologias mais limpas, gerenciamento dos riscos, melhoria do relacionamento com os *stakeholders* e o uso racional de recursos no processo produtivo, entre outros.

Apesar de existirem elementos conflitantes ao se relacionar o sentido da sustentabilidade e os propósitos empresariais, com a mudança da percepção social, tornou-se necessário o gerenciamento das práticas socioambientais para a própria melhoria do desempenho corporativo.

A situação política e socioeconômica vivenciada no Brasil durante a década de 1980 tais como o processo de redemocratização do Estado brasileiro e a promulgação da Constituição cidadã de 1988, marcam um período de grandes transformações possibilitando significativos avanços na área social.

Segundo entendimento espelhado por Santilli e Santilli (2009, p. 224),

A Constituição, pela primeira vez na história constitucional brasileira, passou a dedicar todo um capítulo ao meio ambiente, assegurando a todos o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

Como visto, nesse período ocorreu a positivação dos direitos sociais e coletivos dos cidadãos, assim como a proteção jurídica do meio ambiente. Esses fatos também foram acompanhados da criação de instrumentos normativos como a Lei 6.938/8, que trata da política e do sistema nacional do meio ambiente, e a Lei 7.347/85, que disciplina a ação civil pública de responsabilidade por danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico, como demonstrado no Quadro 1.

Cabe ressaltar, que a Política Nacional do Meio Ambiente (PNMA) constituiu-se num dos referenciais mais importantes depois da Constituição Federal, ao regradar de modo sistemático a harmonização entre o meio ambiente e o desenvolvimento socioeconômico, deixando clara a necessidade de haver equilíbrio entre o uso e a preservação ambiental.

Em razão disso, foram criadas diretrizes para a Avaliação de Impacto Ambiental (AIA), por meio da resolução do Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA) 01/86, com o intuito de avaliar corretamente os impactos dos empreendimentos, tendo em vista que tais impactos podem variar em função do tipo de atividade exercida e do setor econômico da atuação empresarial.

Esse momento de abertura sociopolítica propiciou ainda o fortalecimento de sindicatos e da própria sociedade civil organizada que começou a interagir com o empresariado, influenciando e transformando o discurso e a prática por parte desse setor.

Com o aumento da participação popular e o declínio do modelo intervencionista estatal também nascem e se consolidam as Organizações Não Governamentais (ONGs). Estas são destacadas, por Torres (2001, p. 19), como “atores estratégicos no processo de construção e reprodução da chamada responsabilidade social corporativa a partir da metade dos anos 1980”. Isso se deve ao forte poder de mobilização e articulação desses entes num período caracterizado pela consolidação da democracia no País. Ademais, o próprio contexto da saída do Estado como provedor das ações sociais também influenciou a prática da RSC como resposta às demandas emergentes.

A efetiva participação do terceiro setor, representado pelas ONGs, às vezes exercendo pressão e outras vezes como agentes executoras das ações, foi desenhando contornos de uma atuação socioambiental nas empresas. Muito embora, na percepção de Dupas (2005), tais práticas, no campo privado, não são suficientes para abranger a magnitude dos problemas existentes, além de pressupor a desqualificação do poder público para a efetivação das políticas públicas sociais.

Torres (2001) descreve as primeiras iniciativas da prática da RSC no Brasil realizadas, em 1984, pela empresa estatal Nitrofertil, sediada no estado da Bahia,

quando da publicação do Balanço Social⁵, para dar publicidade às ações socioambientais efetuadas.

Em seguida, praticamente no mesmo período, o Sistema Telebrás também publicou seu relatório de atividades sociais. Posteriormente, em 1992, registrou-se a publicação do Balanço Social do Banco do Estado de São Paulo (BANESPA). Conseqüentemente, nos anos seguintes, diversos setores empresariais passaram a realizar ações efetivas e a divulgar anualmente seus balanços ou relatórios socioambientais, conforme demonstrado pelo INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS - IBASE (2011).

No final do século XX, as questões socioambientais já ocupavam uma posição privilegiada na agenda global, angariando conquistas significativas para a sociedade. Foi nesse contexto que surgiu o socioambientalismo brasileiro, resultado das articulações políticas entre movimentos sociais e movimentos ambientalistas. Tal movimento se fortaleceu, principalmente, depois da realização da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento - a “Cúpula da Terra”, realizada no Rio de Janeiro, em 1992, também chamada de Eco Rio-92. Nesta, os conceitos socioambientais passaram a reforçar as diversas legislações supranacionais (SANTILLI e SANTILLI, 2009).

Diante disso, a Eco Rio-92 se tornou um marco na história do socioambientalismo internacional, e os documentos assinados durante a sua realização passaram a ser referências na formulação de políticas públicas sociais e ambientais pelo mundo.

Essa conferência deixou marcas positivas e o compromisso de implementação do programa Agenda 21⁶, que apesar de não ter sido obrigatório por lei, prestava um relevante papel ao tratar de problemas sociais numa perspectiva de integração ecológica entre diferentes agentes. Destaca-se, inclusive, no plano da Agenda 21 Global (capítulo 30), a formalização de diretrizes específicas para o setor produtivo com intuito de fortalecer o papel deste no desenvolvimento mais sustentado, assim como na promoção da responsabilidade

⁵ Segundo Kroetz (2000), Balanço Social representa a demonstração dos gastos e das influências das entidades na promoção humana, social e ecológica, dirigido aos gestores, aos empregados e à comunidade com que interage no espaço temporal passado/presente/futuro.

⁶ De acordo com Laville (2009), a Agenda 21 é uma espécie de programa comum para o século XXI, quer dizer, um plano de ação global que determina três pilares fundadores do desenvolvimento sustentável: a igualdade social, o meio ambiente e a economia.

empresarial.

A partir de então, abriu-se caminho para o enfrentamento dos graves problemas sociais e ambientais que o crescimento econômico acumulou. Esse assunto progressivamente ganhava contornos mais definidos, como consequência do amadurecimento dos debates, enquanto as deliberações governamentais dos encontros de cúpulas, das conferências, dos acordos e dos protocolos internacionais contribuía para o avanço de ações mais concretas, favorecendo a preservação da biodiversidade, a melhoria das condições de trabalho e o respeito aos direitos humanos.

Enfim, todas essas transformações na esfera política, econômica, social e ambiental afetaram as relações no âmbito corporativo, propiciando um novo modelo de gerenciamento em busca de maior confiança e aceitabilidade social.

Nessa perspectiva, surge a necessidade de implementação de ações que induzam ao contínuo aperfeiçoamento dos processos empresariais, para que esses também resultem na melhoria da qualidade de vida das pessoas, do ponto de vista ético, social e ambiental. Como sugere Borger (2001, p. 87), “as empresas estão mudando e incorporando os princípios da responsabilidade social corporativa e atuando de forma a incluir a dimensão social e ambiental na operação de seus negócios”.

Com isso, a prática da RSC como valor corporativo, além de propiciar o bem-estar social e ambiental, pode também ser conveniente para a redução de perdas e riscos na atividade empresarial, bem como aprimorar processos produtivos, gerando eficiência e aumentando a rentabilidade dos negócios.

Cabe ressaltar, ainda, que a partir da década de 1980 surgiram, nos EUA, as principais abordagens teóricas discutidas na atualidade a respeito da RSC, conforme sintetizado por Faria e Sauerbronn (2008). Essas compreendem a abordagem ética ou normativa (*Business Ethics*), a abordagem social ou contratual (*Business & Society*) e a abordagem gerencial ou estratégica (*Social Issues Management*).

A abordagem ética ou normativa fundamenta-se no argumento de que as atividades empresariais estão sujeitas ao julgamento moral da sociedade, relacionando a RSC à sua responsabilidade moral, em que as decisões são manifestadas pela intenção dos dirigentes das empresas. A abordagem social ou

contratual abrange os interesses dos diversos grupos sociais com que a empresa interage, focando-se na interdependência entre a empresa e a sociedade. E, finalmente, a abordagem gerencial ou estratégica, que se destaca no cultivo de instrumentos gerenciais capazes de otimizar o desempenho empresarial, focada nas oportunidades que a empresa pode obter ao incorporar os valores socioambientais (FARIA e SAUERBRONN, 2008).

Kreitlon (2004) destaca, em seu levantamento teórico, que apesar dessas abordagens partirem de princípios diferenciados, ao final, elas se reforçam mutuamente, promovendo a mesma ideologia de apropriação das questões de interesse público pela iniciativa privada.

Adota-se, nesta pesquisa, a linha da abordagem gerencial ou estratégica para compreender os efeitos das práticas socioambientais no alcance da sustentabilidade corporativa.

1.1.3 - Regulação das Empresas (a partir de 1990)

Na conjuntura socioeconômica assinalada a partir de 1990, a RSC configura-se dentro de um modelo de gestão que promete assegurar a sustentabilidade empresarial a longo prazo, por estar sincronizada com as novas dinâmicas que afetam a sociedade.

Entre os documentos produzidos pela Eco Rio-92, o Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável admitiu a influência positiva que o desenvolvimento sustentável poderia trazer ao mundo dos negócios, no sentido de permitir incrementos nas atividades assumindo formas de gestão mais eficientes, gerando vantagens competitivas e novas oportunidades.

Conforme demonstrado por Dias (2009), a Confederação Nacional da Indústria (CNI) definiu e publicou, em abril de 1998, a Declaração de Princípios da Indústria para o Desenvolvimento Sustentável. Tal iniciativa fomentou a interação entre a economia, o socioambiente e o empresariado nacional.

A adesão das empresas brasileiras às práticas socioambientais crescia consideravelmente e, a partir da década de 1990, as mesmas passaram a desenvolver ações mais concretas, mais sistematizadas e com visão estratégica de que o desempenho social pode determinar os resultados econômico-

financeiros e, conseqüentemente, a sobrevivência do próprio negócio.

Nesse sentido, observa-se o aumento do número de empresas filiadas ao Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, que em sete anos já contava com participação de 1.006 empresas associadas, com faturamentos equivalentes a 30% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro (FONTES, 2005). Assim como, o aumento da produção científica, congressos e pesquisas acadêmicas que deram maior visibilidade ao tema.

A influência dessas variáveis socioambientais na gestão das empresas se tornou ainda mais evidente no contexto acelerado da globalização que se intensificou nas últimas duas décadas do século XX. A flexibilização das relações de trabalho, as privatizações das empresas estatais e a abertura da economia mundial deram maior robustez ao poder político e econômico das grandes corporações, que multiplicavam suas bases em vários territórios supranacionais.

A maioria das corporações transnacionais que se implantaram no Brasil já trazia consigo a cultura da RSC, a essa altura bastante difundida nos países mais desenvolvidos, o que propiciava o incremento dessas práticas influenciando diversos setores como o de siderurgia, mineração, petrolífero, gás, energia, dentre outros.

As ideias neoliberais que apregoava o “Estado Mínimo”, idealizado pelo consenso de Washington em 1989, implicavam na abstenção do poder público de efetivar, entre outros, as políticas sociais. Diante disso, outros agentes não estatais, a exemplo das empresas, passaram a entrar em ação. Assim, conforme ponderado por Pereira (2007, p. 35), “o papel regulador é transferido em parte para as empresas, que coordenam sob a lógica da competitividade o que deve e o que não deve ser considerado interesse social”.

Nesse caso, a incapacidade financeira do Estado e/ou a falta de visão administrativa para executar as políticas públicas governamentais, conduziram entes independentes (organismos internacionais, ONGs e empresas) a efetuarem e a regularem as políticas socioambientais. Nesse sentido, Cunha e Coelho (2003, p. 67) ressaltam que “as grandes corporações também formulam e executam políticas ambientais, criando áreas de proteção ou investindo em projetos estatais de acordo com seus interesses empresariais e de marketing”.

Com isso, as empresas passam atuar também em benefício próprio,

elegendo, ao seu critério, quais os projetos e o público a serem beneficiados. Tal escolha poderia ser convergente com suas operações, uma espécie de prolongamento das atividades comerciais, ao mesmo tempo em que daria maior visibilidade na mídia, elevando a aceitabilidade social.

Na avaliação de Barata (2009, p. 281),

[...] empresas proativas que perceberam e investiram para obter melhoria do respectivo desempenho socioambiental passaram não apenas a orientar-se para a sustentabilidade, mas também tentaram nortear a sociedade e os governos no mesmo sentido, de modo a manterem sua competitividade no curto e no longo prazo.

Desse modo, institucionaliza-se a RSC no Brasil, inicialmente em resposta a uma necessidade de adaptação ao ambiente, ao tempo que emergem novas oportunidades para a melhoria da *performance* empresarial. Assim como passa a discutir-se o papel da empresa na sociedade, que, na perspectiva da RSC, aborda a temática da cidadania corporativa e da ética empresarial com caracterizações, conceitos e aplicabilidades no campo empresarial.

1.2 - O papel da empresa na sociedade

A empresa passou a ocupar um lugar de destaque na sociedade ainda no período da industrialização, ao combinar os fatores de produção chegou-se nos empreendimentos que impulsionaram o desenvolvimento econômico na Europa, posteriormente alargando-se para os demais continentes.

As primeiras unidades produtivas desempenhavam basicamente atividades de fiar algodão para produzir tecidos. Evoluindo para uma sofisticação mais apurada quando apareceu a máquina a vapor, fonte energética utilizada nas locomotivas das estradas de ferro que passa a ser usada nas máquinas de fiar, impulsionando a produção industrial.

Esse momento histórico transformou a atividade laboral existente em emprego. Os trabalhadores passaram a receber salários, refletindo uma nova cultura a ser aprendida pela classe trabalhadora. Na medida em que se registrava também uma rotina exaustiva de trabalho, considerada por muitos como uma versão moderna do regime escravocrata.

Conforme os relatos de Martins (2007, p. 5):

[...] a jornada de trabalho era muito longa, chegando até 18 horas no verão; porém, na maioria das vezes, terminava com o pôr do sol, por questão de qualidade de trabalho e não por proteção aos aprendizes e companheiros. A partir do momento em que foi inventado o lampião a gás, em 1792, por William Murdock, o trabalho passou a ser prestado em média entre 12 e 14 horas por dia. Várias indústrias começaram a trabalhar no período noturno.

Nota-se que a empresa carrega em seu histórico um viés muito próximo ao regime econômico em vigor, pois não há como desvincular empreendimento empresarial do pensamento econômico dominante. Seja escravocrata ou capitalista, a empresa é típica representante dos regimes dominantes.

Não se pode negar, até pelas descrições, que esse período não foi dos melhores para os valores sociais e humanos. Tais valores sempre estiveram em conflito com os interesses econômicos, pois o próprio sistema capitalista é de modo eminente voltado à exclusão social, ficando claro ao se catalogar a mão de obra do trabalhador dentre os fatores de produção, sem qualquer destaque.

A finalidade precípua da empresa é, segundo a visão econômica clássica, produzir bens de consumo e gerar riquezas aos seus proprietários. Esse tem sido o principal direcionamento das grandes corporações mundo afora desde os primórdios do pensamento econômico e precursores da administração científica. Nessa concepção, a empresa pode ser caracterizada como a lógica capitalista orientada pelos interesses mercantis com o intuito de gerar lucro aos seus proprietários.

Na persecução de seus objetivos, essas unidades produtivas se utilizam de diversos elementos da sociedade, tais como: recursos naturais, financeiros, intelectuais, culturais, mão de obra e a própria infraestrutura promovida pelo Estado, que, depois de processados, voltam a ser disponibilizados para a sociedade sob a forma de produtos e serviços com um novo valor agregado.

A ação da empresa na sociedade é ampla. Se por um lado ela atua como agente de transformação socioeconômica, ao gerar empregos e oportunidades, fornecer bens e serviços e pagar tributos; por outro lado, suas práticas cotidianas interferem diretamente nas vidas das pessoas, produzindo desajustes sociais ao concentrar riquezas, causando danos ambientais ao promover a degradação dos ecossistemas existentes.

Nesse quadro, reflete-se o efeito e o contra-efeito da atuação empresarial, posto que, a sociedade e os recursos naturais acabam subjugados por uma

lógica mercantil de eficiência e ampliação das relações capitalistas.

Conforme frisado por Laville (2009, p. 52),

[...] esses problemas surgiram porque as empresas interpretaram seu papel de uma maneira estreita e ecocentrada, com um só objetivo: gerar o maior lucro possível. Consequentemente, novas expectativas quanto ao papel das empresas vêm à luz em todo mundo, intimando-as cada vez mais a prestar contas sobre os impactos sociais e ambientais de suas atividades.

Essas inquietações já alimentavam embates entre o limite do crescimento econômico e a defesa da preservação ambiental, perseguidos pelo movimento ambientalista no anseio de modificar a qualidade e a intensidade da intervenção humana no ambiente, buscava-se um novo modelo de sociedade.

Assim, numa perspectiva mais contemporânea, a RSC chega para responder essas pressões, ao tempo que se ajusta às novas dinâmicas provenientes do mercado. Essa nova ordem social confere, gradativamente, um maior espaço de atuação ao setor produtivo, conduzindo a acomodação dos interesses econômicos às demandas sociais, dentro de uma orientação estratégica.

Conforme explica Ferraz (2007, p. 169),

[...] as empresas adentram um novo esquema de atendimento às demandas sociais, retirando do Estado o papel de principal responsável pela proteção social, num movimento que abre espaço para as empresas capitalistas se envolverem na questão social, construindo no seu interior, um espaço organizado chamado responsabilidade social.

No cenário brasileiro, o assunto ganhou mais vigor em meados de 1980 com a evolução dos debates promovidos por órgãos representativos como associações, sindicatos, entidades de classe, ONGs, dentre outros; os quais, de forma organizada, começaram a cobrar maior compromisso da classe empresarial.

A ideia era de que se a empresa “[...] era responsável por inúmeros danos e problemas que atingem nossas sociedades, também tinham o poder de resolvê-los” (LAVILLE, 2009, p.156). Com essa percepção, o papel das empresas na sociedade passou a ser repensado e questionado fazendo com que muitas delas comessem a investir em áreas sociais e ambientais, tradicionalmente ocupadas pelo Estado.

Gavard (2010) pondera que naquele momento também se estabelecia uma nova base para a discussão da problemática ambiental, anteriormente centrada

numa crítica ambientalista da economia mundial, na qual se pregava mudança de hábitos e redução no consumo.

Percebe-se que a execução de ações socioambientais ainda se enquadrava nos interesses do setor empresarial na medida em que se mudava o foco do discurso, do ambientalismo mais radical para a sustentabilidade mais moderada, instaurando outro significado para o crescimento, um crescimento dito “sustentado”.

O advento do desenvolvimento sustentável, proclamado nos encontros e convenções intergovernamentais, tornou-se a tônica nas discussões em que se postulava um novo paradigma para as relações sociais. Com isso se buscava a modificação das políticas sociais, ambientais e econômicas, bem como a reformulação dos modos de relacionamento do homem com o meio ambiente. Entendendo-se que as ações da humanidade deveriam estar em consonância com os princípios da sustentabilidade.

A partir de então, verificou-se a intenção das empresas de adaptar suas práticas à nova realidade social. Aliás, até por questões estratégicas, não se pode prosperar em um ambiente que se declina, e cuidar do seu entorno, é cuidar da própria sobrevivência. Afinal, a empresa existe em razão dos diferentes públicos que ela congrega.

Ademais, mesmo com a predominância da motivação econômica sobre as outras, não é mais suficiente cumprir apenas essa função, visto que a gestão empresarial também abrange a responsabilidade pelos resultados das suas operações que se refletem para além do mercado e interferem na coletividade.

Com isso, observa-se que, mesmo se tratando de patrimônio particular, o desempenho corporativo passa a ser avaliado dentro de uma ótica social, em que se busca equilibrar interesses público e privado.

Nessa perspectiva, cabe salientar que a evolução da função da empresa na sociedade implica numa mudança de concepção do próprio direito de propriedade, já que a Constituição Federal de 1988 postulou que a propriedade não é absoluta se não cumprir sua função social, requisito fundamental de legitimidade para o domínio do bem. Sendo assim, percebe-se que o princípio da função social relativiza o poder de propriedade, havendo regras e princípios a serem observados para a sua plena efetivação.

Nesse enfoque, Ferraz (2007) considera a RSC como um dos requisitos da função social da empresa ao identificar no tema a predominância da finalidade social sobre o interesse individual. Mesmo estando no campo do direito privado, as atividades que envolvem a ação empresarial devem estar em harmonia com os fins sociais. Pelo fato da empresa também compor o sistema social, logicamente, seria razoável que o seu desempenho não comprometesse os demais integrantes, até pela interdependência existente entre os elementos de um sistema. Sobre a coexistência dos sistemas social, econômico e ambiental Fais (2009, p.20) destaca que “a melhoria equânime das condições de vida da população está associada, entre outros fatores, à melhoria da sua condição econômica e à qualidade do meio ambiente”.

Dessa forma, além de a empresa ser um negócio, é igualmente uma organização social, formada por grupos de pessoas que buscam satisfazer suas necessidades. Compatibilizar esses diferentes interesses, embora seja um grande desafio, é uma necessidade imposta pelo próprio mercado. Assim, numa sociedade empobrecida serão menos os consumidores, comprometendo a viabilidade do negócio a longo prazo (REIS, 2007).

Por conseguinte, entende-se que o gerenciamento das ações socioambientais tende a equacionar o desempenho econômico com a performance social dos empreendimentos, dentro dos princípios da sustentabilidade e, particularmente, voltado para a sustentabilidade empresarial.

A empresa, portanto, tem um relevante papel como agente social de desenvolvimento à medida que também pode agir positivamente no ambiente que está inserida. O lucro como objetivo único deve dar lugar à satisfação econômica agregada aos ganhos sociais numa perspectiva mais progressista de desenvolvimento humano e de melhoria das condições de vida.

1.2.1 - Cidadania corporativa

A compreensão do termo cidadania envolve, antes de tudo, o entendimento de valores humanos básicos como as normas de convivência e de participação social, assim como o pleno exercício dos direitos numa sociedade em que o indivíduo seja visto como agente, ou seja, como um cidadão. Além disso, remete

aos preceitos constitucionais vigentes no Brasil, expressando uma conexão entre os direitos e os deveres dos cidadãos na coexistência social.

No âmbito empresarial, essa temática encontrou vários adeptos ainda na década de 1990, momento em que o movimento da RSC tomava contornos mais definidos e se expandia no País. Apesar de esses termos – cidadania corporativa e RSC – oferecerem estruturas conceituais próprias, verificou-se na literatura a existência de certa ambiguidade, sendo por vezes utilizados como sinônimos (REIS, 2007; DIAS, 2009). Isso talvez seja pelo fato de ambos terem suas origens nas ações de cunho filantrópico.

De acordo com Reis e Medeiros (2009, p. 13), “a cidadania corporativa diz respeito ao relacionamento entre empresas e sociedade, com o qual se compartilha valores e maneiras responsáveis de gerir os negócios”. Para os referidos autores, a RSC está inserida no contexto da cidadania corporativa, que por sua vez, envolve o relacionamento entre os atores sociais de interesse.

Nesse ponto, observa-se a relação da cidadania corporativa com base teórica na abordagem social ou contratual da RSC anteriormente descrita por Faria e Sauerbronn (2008) e Kreitlon (2004).

Entende-se, então, que o exercício da cidadania corporativa se dá como uma gestão de relações comunitárias, que permite à empresa interagir com a sociedade civil organizada, com o terceiro setor, com grupos de cidadãos e de outros atores da comunidade, para o atendimento de demandas socioambientais (ASHLEY, COUTINHO E TOMEI, 2011).

Nesse sentido, percebe-se que o assunto confere à empresa outra função para além da mercadológica, envolvendo no discurso o papel “cívico” que é cumprido na medida em que se engaja diretamente, ou por meio de voluntariado, para resolver os problemas que afetam a sociedade.

Em decorrência dessa atuação empresarial, surge a denominação “empresa cidadã”, que, segundo Reis (2007, p. 284),

É cidadã porque preserva e respeita os interesses das partes com as quais tem relações diretas e indiretas, adotando uma postura proativa, que contribui para encaminhar soluções aos diversos problemas sociais, mobilizando recursos como informação, técnicas de gerenciamento, cultura de resultados, senso de prioridades, além de recursos financeiros, materiais e humanos, colocando-os à disposição da sociedade como fatores estratégicos para o desenvolvimento do bem comum.

Laville (2009, p. 22) complementa a definição de “empresa cidadã” da seguinte maneira:

[...] a expressão empresa cidadã tem o mérito de sugerir que a empresa não age exclusivamente a serviço de seus interesses particulares, mas que pode também colocar sua eficiência a serviço do bem comum, do interesse coletivo, dando novas perspectivas a um grande número de ações que já compõe a vida cotidiana das empresas.

Para os autores acima citados, as empresas recebem o título de cidadã pelo fato de se engajarem nas causas que afetam a comunidade, no sentido de proporcionar-lhe uma “boa” ação. Contrariamente, Ashley, Coutinho e Tomei (2000) enfatizam que essa definição tenha sido tratada de maneira bastante instrumental nos últimos anos, ou seja, o assunto vem recebendo conotações de algo que traga retorno aos negócios.

Borger (2001, p. 64) também realça em avaliar que “a emergência da cidadania corporativa é bem aceita como uma prática gerencial e está ligada a crença de que uma organização exemplar é um bom negócio”.

Como pode ser visto, assim como o conceito da RSC, esse tema também revela entendimentos diferenciados sobre a forma, a abrangência e a própria finalidade da ação no meio corporativo. Nesse ponto, cumpre salientar algumas incongruências sobre o assunto, as quais reforçam a abordagem instrumental apresentada por Ashley (2005), na qual se discute por quais razões as empresas desviariam seu foco do mercado altamente competitivo para se dedicar a ações altruístas, se no cenário globalizado aumenta-se cada vez mais a concorrência. Toda essa mobilização obviamente faria sentido se houvesse algum efeito positivo para as corporações, visto que a motivação principal desse tipo de empreendimento continua sendo o lucro.

O termo cidadania corporativa emergiu na década de 1990, em meio a vários acontecimentos que caracterizaram uma fase de ebulição social, política e econômica no Brasil. Houve, nesse período, grande discussão sobre temas sociais como direitos sociais e coletivos dos cidadãos, justiça social, dignidade da pessoa humana, dentre outros presentes na Constituição cidadã de 1988.

No campo político, reestruturava-se a democracia no país em meio à chamada crise do Estado Social. Evento que, segundo Pereira (2007), saiu na contramão das conquistas adquiridas com a recente formalização da cidadania, já que se presumia a desqualificação estatal para a execução de determinados

serviços sociais, limitando a efetivação do pleno exercício do direito. Em outras palavras, a cidadania entrava em vigor no momento em que o Estado, agora neoliberal, não poderia mais garantir a sua plenitude. Chegava a vez da regulação do mercado.

Já nas colocações de Reis (2007), essa fase configurou-se pelo exercício da gestão social cidadã, pelo fato dessas ações excederem os limites da empresa rumo à comunidade.

Nesse panorama, discutia-se a co-responsabilidade da empresa pelo bem-estar da comunidade, fomentando a “cidadania” no meio empresarial. Temática bastante auspiciosa que proporcionara maior visibilidade uma vez que transmitia a ideia de abertura e envolvimento desses atores em direção ao seu entorno.

Assim, percebe-se a oportunidade de se adentrar à nova ótica social, pois assumir o papel de redutora dos impactos socioambientais e promotora do bem-estar da população, além de aumentar poder e abrandar a percepção negativa ligada aos empreendimentos econômicos contribui também para o estabelecimento de uma lógica de “parceria” junto ao mercado consumidor, prática bastante promissora para a alavancagem de resultados.

No entanto, essa transferência de responsabilidades para as empresas resolverem os problemas sociais é vista com bastante cautela por Schroeder e Schroeder (2004). Para os autores, essa situação pode acarretar uma diminuição da autonomia de outros atores sociais como as associações e os sindicatos.

As corporações inserem-se, gradativamente, na comunidade por meio da realização de investimento social privado⁷, fomentando projetos locais, regionais e até nacionais, de forma direta, por intermédio de seus institutos ou fundações criados especificamente para esse fim, e, de forma indireta, pelo financiamento de ONGs independentes.

Paralelamente, destacam-se no envolvimento e na consolidação da RSC no Brasil, entidades como a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), o Grupo de Instituições, Fundações e Empresas (GIFE), a Fundação do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), o Conselho

⁷ Conforme Reis (2007, p. 288), esse conceito foi introduzido pelo Grupo de Instituições, Fundações e Empresas (GIFE), significando “o uso planejado, monitorado e voluntário de recursos privados, provenientes de pessoas físicas ou jurídicas, em projetos sociais de interesse público”.

Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (ETHOS). Nota-se que essas instituições são legítimas representantes da classe empresarial que adentram no Terceiro Setor com intuito de mobilizar seus interesses em torno das ações socioambientais.

Tinoco (2006) destaca também a expressão “empresa pública e cidadã”, a qual foi sugerida pelo sociólogo Herbert de Souza (Betinho), fundador do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE). A intenção do sociólogo era promover a diminuição das desigualdades sociais e contribuir para a democracia no Brasil. A partir de 1993, a Ação da Cidadania contra a Miséria e pela Vida, também conhecida como Campanha contra a Fome, criada por Betinho, ganhou vulto nacional, referenciada como o marco da aproximação dos empresários com as questões sociais.

Nessa campanha, o IBASE conclamava os empresários e a sociedade em geral para um maior engajamento e participação na promoção de melhorias nas condições de vida da população. Esse fato também lançou na pauta das discussões a elaboração e a divulgação de um demonstrativo contábil - o Balanço Social - para a comprovação desse envolvimento.

Por fim, a difusão da temática “cidadania corporativa”, mesmo sem alcançar os reais propósitos que o termo enseja, contribui para o fortalecimento do discurso em torno da RSC e dos ganhos sociais, ponto em que se revela mais em retórica do que propriamente em ações que expressem verdadeiramente um compromisso social.

Outro ponto relacionado à viabilização dessas ações está na articulação entre as dimensões econômicas, sociais e institucionais dando direção ao desenvolvimento, que passam vincular cidadania e práticas socioambientais ao desempenho corporativo, procedimentos, necessariamente, adaptados à racionalidade de mercado, o que evidencia um novo papel na atual configuração do sistema econômico em vigor.

1.2.2 - Ética empresarial

Ética referencia regras e padrões a partir dos quais se julga uma conduta moral e está relacionada às normas de comportamento, às formas de agir da

atuação humana (GONÇALVES e WYSE, 1997). Assim, uma reflexão ética envolve juízo de valor sobre o que está em conformidade ou contrário às normas de convivência dos homens em sociedade.

Na exposição de Ashley (2005, p.4), “responsabilidades éticas correspondem a atividades práticas, políticas e comportamentos esperados ou proibidos por membros da sociedade, apesar de não codificados em leis”. As responsabilidades corporativas passam pelo sujeito humano que responde pela empresa, o dirigente, administrador ou empresário, sendo, portanto, nessa função que se concentra o compromisso ético da empresa.

A questão ética tem sido vinculada ao tema da RSC na chamada abordagem ética ou normativa já descrita anteriormente sob o enfoque de Faria e Sauerbronn (2008). Nessa abordagem, as ações empresariais são gerenciadas no sentido de evitar transgressões das normas de conduta socialmente aceitas. Sua aplicação teve início ainda na década de 1970, fase em que as grandes corporações tornaram-se alvo de julgamento pelos efeitos da sua atuação.

Nesse aspecto, a ética no âmbito empresarial não deve diferir dos princípios que orientam a dimensão pública da ética, ou seja, do ajustamento das normas sociais existentes, da ética em geral, e, antes de tudo, das dimensões dos próprios indivíduos. São esses os princípios validados tanto na empresa quanto fora dela.

Contudo, as empresas que se denominam socialmente responsáveis abordam a ética de maneira institucionalizada, ao passo que viabilizam a formalização de normas, regulamentos ou “boas práticas” a serem cumpridas por aqueles que se relacionam com elas.

A estrutura da ética nas empresas é, geralmente, caracterizada de duas maneiras: a primeira, internamente, por meio do estabelecimento de um código de ética, por vezes, implementado em todos os níveis hierárquicos. Essas políticas internas passam a fazer parte da cultura empresarial e contribuem para os resultados dos negócios, posto que o empenho dos funcionários, no trabalho, será maior, quanto maior for a consciência da sua responsabilidade, dos seus compromissos com os objetivos, com a produtividade e com a qualidade dos serviços prestados. Nesse sentido, Aguilar (1996) argumenta ser positiva a implantação de um programa ético nas dependências da empresa, pois o fomento

dessas ações pode render dividendos ao angariar apoios e diminuir riscos de fraudes e desfalques institucionais.

A segunda ocorre no plano externo, quando a empresa estabelece protocolo de intenção ao fazer “recomendações” a serem executadas com intento de assegurar uma relação menos conflitante e mais conveniente com os demais *stakeholders*.

Desse modo, é observado que em ambos os casos a ação corporativa, avaliada pelo aspecto normativo da RSC, tende a emoldurar o comportamento daqueles que estão sob o seu alcance, procedimento um tanto apropriado para o controle de uma gestão.

A partir da análise de Passos (2004), identifica-se um processo de ressignificação da ideia, comumente aceita, de que não existe relação possível entre ética e negócios. Segundo a autora, no estágio atual de desenvolvimento da sociedade, as questões éticas precisam ser levadas em conta tanto quanto as questões técnicas na gestão dos empreendimentos.

Em decorrência da internacionalização das práticas mercantis e ao aumento do fluxo de informações, em razão dos vários recursos tecnológicos disponíveis atualmente, o mercado vem ganhando maior capacidade de reação e abrangendo um público bem maior e mais diversificado, fundamental para as relações comerciais da atualidade. Isso significa que gerenciar a reputação dos negócios tornou-se uma questão estratégica, tendo em vista o crescente peso da opinião pública que não pode ser simplesmente desconsiderada.

Sucupira (2001, p. 118) destaca que “a novidade não é o cuidado com a imagem, mas a sua vinculação com a noção de responsabilidade social como resposta a um ambiente em mudança”. Nessa percepção, as considerações éticas, como abordagem da RSC, passam a ter um peso expressivo na tomada das decisões.

As corporações modernas estão fortemente vinculadas aos seus ativos intangíveis, bens imateriais que, embora não palpáveis fisicamente, agregam valor à identidade corporativa. Tal identidade, representada pela marca, é um bem pertencente ao patrimônio, assim como os estoques, o caixa, os móveis e imóveis; portanto, é valorado financeiramente e requer cuidados para manutenção da integridade das corporações.

Em virtude desse quadro, faz-se necessário a incorporação de variáveis sociais e ambientais que satisfaçam a dinâmica empresarial. Empresas consideradas poluentes e que não respeitam seus consumidores e colaboradores, além de sofrerem as penalidades judiciais cabíveis, sofrem também grandes pressões midiáticas que, por sua vez, influenciam a opinião pública, alcançando consumidores, fornecedores e colaboradores em potencial. Esses fatores podem afetar negativamente as empresas ao desencadear crises ou, até mesmo, colocar em risco a própria continuidade dos negócios.

Um exemplo disso foi anunciado recentemente pelo *website* do G1 Mundo, de 10/07/2011, com o escândalo envolvendo o tabloide britânico *News of the World* em escutas ilegais. Tal episódio agitou a opinião pública e fez com que a empresa fosse levada a encerrar suas atividades depois de 168 anos de existência no mercado.

Dessa forma, a credibilidade da marca torna-se essencial para a sustentabilidade corporativa porque está diretamente associada à confiança coletiva e ao respeito adquirido no mercado. Pois, conforme expõe Laville (2009, p. 96), “as empresas sabem que sua liberdade de ação e a margem de manobra do mundo dos negócios dependem, de agora em diante, do nível de confiança que o público lhes confere”. Logo, há grandes riscos em ignorar os impactos socioambientais ocasionados pela sua atuação.

Assim, a prática da RSC apresenta-se como uma alternativa apropriada para reduzir essa vulnerabilidade, visto que, traz em seu discurso a acomodação de interesses sociais.

De acordo com Srour (2008, p.228),

No final do século XX, a sociedade civil aprendeu a fazer política pela ética, o que equivale a dizer que esgrimiou um formidável poder de dissuasão ao acionar diversos canais que ganharam musculatura e consistência como a mídia plural e investigativa, as agências de defesa do consumidor e dos cidadãos, os movimentos de boicotes promovidos por clientes e a justiça.

Para o autor, a base ética das pressões fez com que as empresas se interessassem em satisfazer outras demandas que não as próprias, apesar da essência das ações socioambientais contraporem-se no cenário do sistema econômico em vigor. Contudo, percebe-se que a prática da RSC, a partir do

exercício dessas pressões, também contribui para o fortalecimento do sistema, a medida que legitima e democratiza o próprio capitalismo.

Ashley (2005, p. 177) complementa que “os diversos grupos de *stakeholders* são os que deverão balizar a conduta das empresas”. Em sua análise, a autora associa essa nova postura das empresas às questões de natureza estratégica, em que as mais engajadas serão diferenciadas por meio de vantagem competitiva, dentre outros aspectos.

Sentido igualmente realçado por Srour (2008) ao tratar da “moral da parceria”. Esta, baseada a partir da análise dos riscos que envolvem os negócios, orienta-se pelo benefício mútuo com o estabelecimento de laços duradouros por meio de uma conduta centrada em interesses de médio e longo prazo.

Nessa perspectiva, o entendimento aproxima-se da abordagem social ou contratual em que as partes relacionadas se convertem em “parceiros” dos empreendimentos, pela construção de convergências entre interesses e ganhos sociais, aspectos considerados por Kreitlon (2004, p. 6) como uma “rede inextrincável de interesses e relações, permeada por disputas de poder, por acordos contratuais explícitos e implícitos, e pela busca de legitimidade”.

Com isso, as conjugações dos interesses corporativos produzem estratégias de ação direcionadas à rede de relacionamento numa espécie de política ganho-ganha, na qual a empresa faz concessões sociais aos *stakeholders*, aguardando, em momento oportuno, obter retorno de suas benesses. Desse modo, quanto maior for o risco inerente às atividades, maior será o interesse da empresa em desenvolver ações socioambientais.

Assim, questões éticas e sociológicas orientadas para a RSC tendem a adquirir um significado próprio, com sentido utilitarista voltado para a maximização de resultados e em busca de uma sustentabilidade empresarial que, por sua vez, encontra-se apoiada no âmbito das relações econômicas de uma racionalidade instrumental.

CAPÍTULO 2

INSTRUMENTOS DA ATUAÇÃO EMPRESARIAL ORIENTADOS PARA A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL CORPORATIVA

A RSC encontra-se entre os temas mais debatidos no meio empresarial na atualidade, a dinâmica dos negócios volta-se cada vez mais para as implicações das ações corporativas nas questões sociais e ambientais.

Junqueira (2005) realça que as transformações socioeconômicas e culturais ocorridas nos últimos anos originaram um panorama de crescentes responsabilidades, nem sempre legais, mas que abrangem aspectos éticos e morais para os entes econômicos.

Os grandes escândalos corporativos envolvendo, sobretudo, empresas cotadas em mercado de capitais levantaram a necessidade de construírem-se padrões éticos e de transparência que pudessem resguardar o interesse dos *stakeholders*. Exemplos como das empresas norte-americanas *Enron* e *WorldCom*, citadas em fraudes financeiras por inflarem seus lucros, suscitaram intensos debates, colocando em evidência questões como a RSC e a Governança Corporativa¹ (BENNIS *et al.*, 2008).

Nesse sentido, Chiavenato (2008, p. 258) pondera que,

[...] relações transparentes com a sociedade, compreensão das dimensões sociais dos atos econômicos, gerenciamento dos impactos internos e externos das atividades são alguns dos novos atributos a que as empresas devem corresponder.

Bennis *et al.* (2008) também consideram que a revolução informacional tornou a transparência inevitável no mundo inteiro. Essa, aliada ao surgimento da blogosfera², possibilitou uma profunda alteração nas comunicações, ao passo que transformou pessoas comuns em produtoras de informações.

Em decorrência desses fatos, novos imperativos sociais, ambientais

¹ Relaciona-se às práticas que regulam o processo decisório dentro de uma corporação, cujo objetivo é criar e manter um ambiente institucional equilibrado, preservando a segurança dos acionistas. Maiores informações, ver Bennis *et al.* (2008).

² Conjunto de blogs na *internet* (BENNIS *et al.*, 2008).

políticos e econômicos modificaram a maneira de gerir os empreendimentos. Na visão de Tachizawa (2011), tais fatos são evidenciados por um novo sistema de valores com percepções que agregam os princípios da sustentabilidade às práticas empresariais, instaurando, assim, um novo paradigma no âmbito corporativo.

Barbero e Fischmann (2004, p. 153) enfatizam que “um conjunto de motivos que intensifica a presença da RSC é a mudança dos atributos-chave para o sucesso empresarial”. Para os autores, essa mudança tende a estabelecer um quadro de articulação entre as estratégias das empresas e as ações socioambientais.

Uma das grandes preocupações dos executivos tem sido a questão de como lidar com os riscos provenientes do ambiente organizacional, tendo em vista que esses podem afetar a continuidade dos negócios e a estabilidade da empresa.

Ashley (2005, p. 99) explica que

O posicionamento de cada empresa estará associado aos princípios e valores da cultura dominante em sua gestão e do perfil cultural e legal do contexto em que ela realiza suas operações de negócio, refletindo na orientação estratégica para a responsabilidade social empresarial.

Enquanto organização social integrante de redes relacionais, a empresa tem sido compelida a ser mais atuante e participativa nas questões que envolvem a sociedade. As partes relacionadas estão cada vez mais instruídas e atentas com relação aos impactos das ações empresariais.

No discurso de Ribeiro (2008), a integração de fatores socioambientais ao planejamento estratégico é uma forma de adaptação das políticas corporativas ao atendimento de demandas atribuídas pelo ambiente de atuação da empresa. Para a autora, esses fatores podem gerar vantagens competitivas e novas oportunidades de negócio.

Conforme os resultados das pesquisas de opinião pública, realizadas em âmbito nacional, pelo MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE (2001) e pelo INSTITUTO AKATU (2010), os consumidores desejam obter mais informações com relação ao processo produtivo ou à origem dos produtos adquiridos, bem como sobre a composição e como foram fabricados os produtos. Há um interesse

crecente das partes relacionadas em se inteirar melhor sobre a atuação dos entes econômicos que lhes afetam diretamente.

Dessa forma, as preferências do consumidor, com relação à temática da sustentabilidade, validam os esforços emanados das corporações no sentido de se enquadrarem na zona de aceitabilidade e de simpatia dos seus *stakeholders*, buscando, assim, demonstrar resultados socioambientais para se manterem competitivas no mercado. Logo, é nesse ponto que a RSC assume um papel estratégico para o alcance da longevidade nos negócios.

Em síntese, Srour (2008) distingue a RSC como um conjunto de ações que proporcionam benefícios ao público de interesse das empresas. Por sua vez, aponta que a sustentabilidade empresarial propicia benefícios para os próprios entes corporativos. Portanto, para o autor, trata-se de investimentos nas áreas sociais e ambientais que trazem, em contrapartida, resultados ao ente investidor.

Sem dúvida, o lucro é a razão de ser dos organismos econômicos, sem o qual estes não estariam constituídos. De fato, fatores como crescimento nas vendas, equilíbrio econômico-financeiro, liderança de mercado e retorno sobre os investimentos aplicados continuam sendo visivelmente perseguidos. Porém, a novidade que se apresenta é o ajustamento dos objetivos empresariais à temática socioambiental, como forma de enquadramento da gestão ao contexto da sustentabilidade.

Tal ajustamento também implica em ônus a ser suportado pela empresa. Nas palavras de Xisto (2007, p. 53), “grande parte dos executivos ainda considera o desenvolvimento sustentável uma espécie de mal necessário, uma vez que envolve regulações, custos e responsabilidades onerosas”.

Nesse aspecto, as empresas buscam novas oportunidades de mercado quando tentam coligar seus resultados às práticas de cunho socioambiental, acomodando-as às suas conveniências, o que para Srour (2008, p. 254) é definido como “altruísmo imparcial empresarial”.

Cappellin *et al.* (2001) deixam claro que produzir de forma sustentável passou a ter um novo significado, um *plus*, ou melhor, um valor agregado, ao influenciar de forma positiva o resultado corporativo. Agindo proativamente, de forma preventiva, a empresa pode reduzir custos, otimizar seus resultados e aumentar sua credibilidade junto ao mercado.

Sob o prisma do *Triple Bottom Line (TBL)*, ou simplesmente, do tripé da sustentabilidade, propõe-se a combinação dos interesses corporativos ao bem comum, incluindo a preservação dos ecossistemas. A partir desse entendimento, as práticas socioambientais instalam-se no interior das empresas, por meio do estabelecimento de estratégias voltadas para o monitoramento do ambiente organizacional, que, por sua vez, sofre influências de variáveis externas, a exemplo das explicitadas na Figura 1. Tal monitoramento tem por objetivo promover uma adequação dos negócios ao contexto do desenvolvimento sustentável e, ao mesmo tempo, potencializar os resultados operacionais previamente estabelecidos.

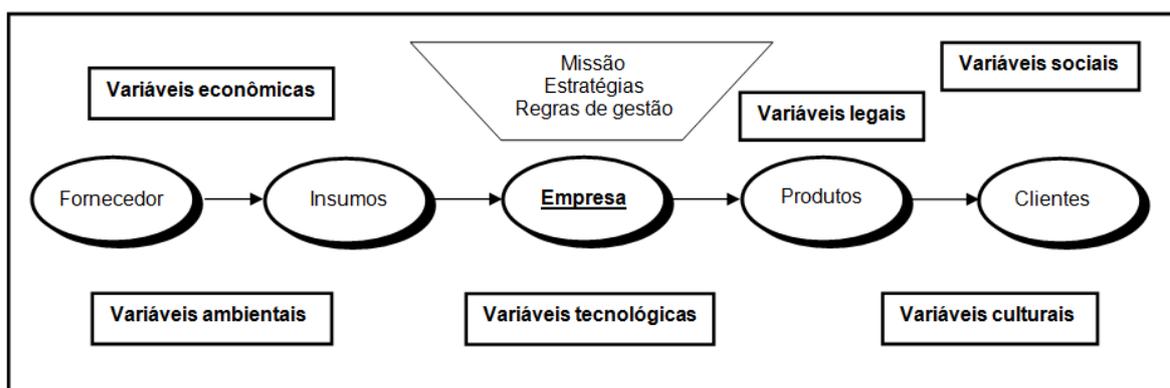


Figura 1 - A empresa e a influência das variáveis sociais e ambientais.
Fonte: Elaborado a partir de Tachizawa (2011). Organização: OLIVEIRA, 2012.

Essas variáveis socioambientais, analisadas sob uma perspectiva estratégica, podem ser influenciadas pelo ambiente de negócio em situações incertas, podendo aumentar conflitos ou gerar oportunidades.

Nessa linha de raciocínio, os autores Machado e Oliveira (2009) e Srour (2008) destacam, em pelo menos três vertentes, os motivos que levam as empresas a seguirem os princípios da sustentabilidade e a praticarem a RSC, quais sejam: necessidade de adaptação ao mercado, pressão da sociedade e regulamentação social e ambiental.

Nesse contexto, também, seguem os estudos de Azevedo (2009), realizados em empresas do Polo Moveleiro de Itatiba-SP. Segundo a autora, as determinantes das motivações estratégicas vinculadas à gestão ambiental estão relacionadas tanto às pressões internas na redução dos custos de produção, como às externas determinadas pelo mercado consumidor e pelas regulamentações ambientais.

Tachizawa (2011) acrescenta, ainda, que as ações de RSC sofrem variações de acordo com o setor ou o tipo de atuação, pois os impactos socioambientais divergem em função da atividade desenvolvida pela empresa.

Com isso, percebe-se que alguns empreendimentos econômicos procuram desempenhar suas atuações estratégicas alinhadas aos princípios e valores da sustentabilidade, fundamentando-se, especialmente, nas consequências dessas ações para o negócio. Nessas circunstâncias, os planos, as metas e os objetivos corporativos passam a abranger também as áreas sociais e ambientais, por meio de mecanismos estratégicos orientados para a RSC.

2.1 - O cenário legal

O amadurecimento dos debates sobre a problemática ambiental e social no âmbito de acordos e convenções internacionais contribuiu significativamente para a estruturação de um arcabouço político e jurídico, assim como propiciou a disseminação das atividades ligadas ao socioambientalismo nos negócios.

Ao longo das últimas décadas, algumas iniciativas nacionais e supranacionais visaram emitir diretrizes ou recomendações que estimulassem grupos corporativos a se engajarem nos preceitos da RSC, como exemplo dessas iniciativas tem-se a Agenda 21, as Metas do Milênio, o Pacto Global e o Protocolo de Kyoto.

Numa perspectiva mais ampla, a Agenda 21 gerou uma série de compromissos para serem acionados no século XXI, considerando-se os níveis geográficos mundial, nacional e local, com intuito de estimular modelos de desenvolvimento mais sustentáveis e includentes.

Com referência à sustentabilidade empresarial, destaca-se o capítulo 30 da Agenda 21 Global, que dá ênfase na promoção da responsabilidade empresarial para fins da implementação de políticas de desenvolvimento sustentáveis. Esse citado capítulo, associa-se ao capítulo 4, que induz mudanças nos padrões de consumo, estimulando a produção mais limpa, assim como ao objetivo 2, em sua versão brasileira, que trata da ecoeficiência e da responsabilidade social das empresas.

Definidas pela ONU em 2000, as Metas do Milênio foram aprovadas, por consenso, no encontro denominado “Cúpula do Milênio”, e estão fundamentadas num conjunto de oito objetivos a serem atingidos até 2015. Suas diretrizes estão diretamente relacionadas à erradicação da pobreza e da fome, ao ensino básico universal, à promoção da igualdade de gêneros, à redução da mortalidade infantil, à melhoria da saúde materna, ao combate do HIV/AIDS, dentre outras doenças, à garantia da sustentabilidade ambiental e ao estabelecimento de uma parceria mundial para o desenvolvimento (BEZERRA, 2007).

O Pacto Global é uma iniciativa também apoiada pela ONU, visto que foi proposta pelo então Secretário-Geral Kofi Annan, em Davos, na Suíça, numa das reuniões do Fórum Econômico Mundial, ocorrida em 1999, e foi prontamente aceita pela maioria dos grandes grupos multinacionais presentes no evento.

De acordo com Laville (2009), o Pacto Global convida as empresas a autorregular-se ao invés de esperarem as regulamentações rígidas impostas pelos países em desenvolvimento, onde as mesmas atuam. Trata-se de uma espécie de antecipação das ações, no intuito de não se submeterem a ditames mais rigorosos. Nesse passo, o Pacto Global envolve 10 princípios que integram as áreas de direitos humanos, direitos trabalhistas, proteção ambiental e combate à corrupção, conforme demonstrado no Quadro 2.

Quadro 2 - Princípios do Pacto Global de Davos, 1999.

| Área | Princípios para as empresas |
|----------------------|---|
| Direitos Humanos | 1. Apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente; |
| | 2. Assegurar-se de sua não participação em violações dos direitos humanos. |
| Direitos do Trabalho | 3. Amparar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva; |
| | 4. Apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório; |
| | 5. Assegurar a abolição efetiva do trabalho infantil; |
| | 6. Eliminar a discriminação no emprego. |
| Proteção Ambiental | 7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais; |
| | 8. Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental; |
| | 9. Incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis. |
| Combate à corrupção | 10. Combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina. |

Fonte: PACTO GLOBAL (2011). Organização: OLIVEIRA, 2012.

No Brasil, verifica-se a sua atuação por meio do Comitê Brasileiro do Pacto Global (CBPG), que age no sentido de promover a adoção e a incorporação dos

princípios desse pacto na gestão de negócios das empresas que operam no País. Essas medidas buscam estimular práticas empresariais baseadas em valores internacionalmente aceitos.

Além das iniciativas de organismos multilaterais, observa-se a aplicação de parâmetros internacionais de controle envolvendo a mitigação de danos ambientais, a exemplo do Protocolo de Kyoto, no qual o Brasil é signatário. O referido acordo envolve imperativos climáticos, que determinam restrições aos países poluidores no sentido de impulsionar iniciativas de criação de Mecanismos de Desenvolvimento Limpo (MDL) em seus processos produtivos até 2012. No Brasil, tal compromisso, com a devida vinculação legal por meio do Decreto Legislativo nº 1, de 3 de fevereiro de 1994, objetiva o desenvolvimento de projetos mais sustentáveis em busca da conservação da camada de ozônio e da redução de gases de efeito estufa na atmosfera.

No plano interno, também se consolida todo um arcabouço normativo que impõe a força coercitiva do Estado induzindo os empreendedores a se enquadrarem nas normas legais vigentes. Tais implicações podem até modificar a condução dos negócios, como a forma de atuação, a abordagem e as estratégias, ao passo que são afetados por variáveis contingenciais, ou seja, os procedimentos administrativos serão regidos em função das condições do ambiente organizacional com vistas ao alcance dos objetivos preestabelecidos.

Ingressando no âmbito constitucional, apesar de já haver uma estrutura normativa anterior à Constituição Federal de 1988, observa-se, a partir dessa Carta Magna, um significativo progresso nas questões socioambientais, tanto é que a mesma tornou-se conhecida como a “Constituição Cidadã”. Isto se deve ao seu caráter inovador envolvendo tanto aspectos sociais e culturais quanto ambientais.

É o que realçam Santilli e Santilli (2009, p. 225) em suas colocações:

A constituição de 1988 representou um marco e um grande avanço na proteção jurídica do meio ambiente. Tanto a biodiversidade quanto a sociodiversidade são protegidas constitucionalmente, adotando o paradigma socioambiental [...] dedicou ainda todo um capítulo à proteção da cultura, protegendo as manifestações das culturas populares, indígenas e afrodescendentes, considerando patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira.

Assim, a referida Lei Maior traz em seu bojo a positivação de Direitos Sociais e Coletivos (Artigos 6º e 7º), além da instituição formal de tutela do Meio Ambiente (Artigo 225), da Política Agrária (Capítulo III), da Política Urbana (Artigos 182 e 183), dos Povos Indígenas (Artigos 231, 232, 210 § 2º, 215 e 216), dos Quilombolas (Artigos 68 e 216), dentre outros.

Conforme ponderado por Santos (2010, p. 6), “a tarefa de zelar pela proteção e preservação do meio ambiente, atribuída à coletividade e ao próprio poder público, carece da existência de instrumentos jurídicos que a viabilizem”. Em termos legais, a Constituição Federal de 1988 destaca-se em função das normas de preservação, tais como o artigo 225, que incube ao “poder público e coletividade” o dever de defender o meio ambiente. Destacam-se, ainda, os diversos princípios que orientam a disciplina social e ambiental.

A doutrina especializada aponta os princípios constitucionais de maior importância à matéria, dando a cada um, significação que aponta para a sustentabilidade, como descreve Moraes Filho (2009, p. 21):

- Prevenção: mais vale prevenir a degradação, a poluição e o prejuízo social do que mais tarde ter que consertar o erro (evitar prejuízos);
- Precaução: deve-se antes avaliar as consequências ambientais e sociais de uma ação;
- Participação: o processo decisório deve prever a divulgação das decisões que estão sendo tomadas fomentando a participação dos interessados;
- Positividade: as ações devem ser orientadas mais pelas oportunidades e não só pelos problemas;
- Compensação: havendo piora localizada das condições anteriores, como resultado de qualquer ação, deve haver compensação aos prejudicados;
- Compromisso com melhorias contínuas: comprometer-se a fazer progresso contínuo em direção à sustentabilidade (visão de longo prazo);
- Poluidor-pagador: o responsável por degradação, poluição ou danos de qualquer espécie deve arcar com os custos de remediá-los.

Acrescentado nesse rol, o princípio da responsabilidade é nitidamente destacado pelos autores, como Séguin (2006) e Antunes (2010). Nesse princípio, decorre a responsabilidade civil, penal e administrativa gerando obrigações tanto para pessoas físicas quanto para jurídicas.

Ressalte-se a importância desses princípios para todo o arcabouço jurídico, mesmo assim registra-se críticas como as apontadas por Freire (2004), que os considera como destaque na orientação de produção das normas jurídicas, contudo são muito vagos por não descreverem uma conduta específica, e

também por não estabelecerem uma punição pelo seu descumprimento. Apesar disso, as críticas apontadas pelo autor não são suficientes para desqualificar a atuação dos princípios.

Ademais, os princípios que regem a temática ambiental encontram-se embasados em pactos universais, como os firmados na Declaração do Meio Ambiente de Estocolmo, em 1972, e reafirmados pela Cúpula da Terra, em 1992.

De todo modo, há de ser ressaltado o valor desses elementos para a construção de uma regulamentação socioambiental que, por vezes, vem modificando procedimentos ao longo da cadeia produtiva industrial, comercial e de serviços.

A aplicabilidade das normas setoriais está condicionada a área de atuação da empresa ou do grupo empresarial. Dessa forma, a política de ação seguirá as determinações e tendências do setor econômico em que estiver inserida. Isso significa dizer que parte das estratégias empresariais refletirá, necessariamente, essas características (TACHIZAWA, 2011).

No Brasil, percebe-se que já se obteve avanços representados pelos ganhos auferidos pelos trabalhadores na esfera social, apesar da necessidade de se regulamentar algumas questões pontuais como, por exemplo, a regulamentação dos serviços terceirizados considerados um dos pontos críticos nas relações atuais de trabalho. Pois, apesar de ser orientado pelo Enunciado da Súmula 331 do Tribunal Superior do Trabalho (TST) e por outros julgados, o assunto carece de alguns esclarecimentos legais devido à complexidade do tema.

O fenômeno conhecido internacionalmente como *outsourcing*, também chamado de terceirização ou subcontratação, tem arregimentado um grande número de simpatizantes no campo administrativo, por apresentar, dentre suas vantagens, uma modernização estrutural, permitindo que as organizações concentrem suas forças nas atividades definidas como estratégicas. Para os adeptos, propicia a diminuição nos custos/despesas operacionais, principalmente nos encargos que oneram a produção e, conseqüentemente, otimizam os lucros nos negócios.

A terceirização baseia-se em alianças entre grandes e pequenos empreendimentos objetivando a elevação da produtividade, e, com isto, sua prática assume um importante papel na competitividade empresarial.

Em defesa, Tachizawa (2011) afirma que:

[...] a tendência é a renovação do interesse pela terceirização de determinados aspectos da produção, distribuição, vendas, serviços e atividades de suporte, com isso há uma quantidade maior de fornecedores e uma preocupação maior com o monitoramento do desempenho ambiental e social desses subcontratados, externamente à empresa.

Nesse ponto, as empresas contratantes tornam-se corresponsáveis pelas ações das subcontratadas, sobretudo, no que tange aos aspectos legais de retenções trabalhistas, previdenciárias e pagamento de verbas rescisórias. Isso significa que caso não haja uma supervisão adequada, a empresa tomadora do serviço pode arcar com os custos de eventuais reclamações na justiça (Súmula 331–TST).

A subcontratação revela-se conveniente para as empresas ao reduzir seus encargos utilizando-se do subterfúgio da transferência dos custos e ônus para a subcontratada, já que os empregados não possuem vínculo direto com o receptor do serviço prestado. Nesse sentido, inibe inclusive pretensas paralisações já que o favorecido com a mão de obra não é o mesmo ente contratante.

Trata-se de um aspecto conflitante quando relacionado à temática da RSC, caso em que o compromisso com o público interno estaria condicionado às conveniências do empregador, impossibilitando o exercício da equidade. Aliás, ainda que haja uma regulamentação estatal sobre o assunto, pela sua própria natureza haverá sempre disparidades internas criando subclasses de trabalhadores num mesmo ambiente de trabalho. Além de gerar instabilidade empregatícia, desmotivação e propensão a conflitos, criando um cenário que não se coaduna com o discurso da RSC, ligado aos preceitos de valorização e preservação dos direitos e garantias dos trabalhadores.

Muito embora não esteja especificada em uma única lei, a fundamentação legal que instiga a prática da RSC encontra-se distribuída por toda legislação vigente, ao tratar dos direitos humanos, ambientais, trabalhistas, do consumidor, das relações comerciais, tratados e convenções internacionais, dentre vários outros.

Convém destacar a existência de toda uma estrutura jurídica concernente às questões trabalhistas e previdenciárias já estabilizadas na legislação infraconstitucional brasileira, dentre os quais estão elencados: Decreto-Lei

5.452/43 (Consolidação das Leis do Trabalho - CLT), Lei 8.213/91 (Benefícios da Previdência Social), Lei Complementar 07/70 (Programa de Integração Social - PIS), Lei 8.036/90 (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS), Lei 6.321/76 (Programa de Alimentação do Trabalhador - PAT), Lei 7.853/89, Lei 8.213/91 e Decreto 3.298/99 (Inserção dos portadores de deficiência no mercado de trabalho). Além de toda uma normalização sobre saúde e segurança no ambiente de trabalho, emitida e fiscalizada pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).

Já na esfera ambiental, destacam-se vários dispositivos legais, além da regulamentação implementada pelo Sistema Nacional do Meio Ambiente (SISNAMA)³, como por exemplos: Lei 6.938/81 (Política Nacional do Meio Ambiente), Lei 9.433/97 (Política Nacional de Recursos Hídricos), Lei 9.605/98 (Crimes Ambientais), Lei 9.795/99 (Educação Ambiental), Lei 9.985/00 (Sistema Nacional de Unidades de Conservação), Lei 10.257/01 (Estatuto da Cidade), Lei 11.105/05 (Biossegurança), Lei 11.445/07 (Saneamento Básico), Lei 11.959/09 (Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável da Aquicultura e Pesca), Lei 12.187/09 (Política Nacional sobre Mudança do Clima), Lei 12.305/10 (Política Nacional de Resíduos Sólidos), dentre outras.

Há previsão formal para correção dos danos ambientais quando for possível a reparação, nesse ponto, a Lei 6938-81, art. 14, diz:

§ 1º Sem obstar a aplicação das penalidades previstas nesse artigo, é o poluidor obrigado, independentemente da existência de culpa, a indenizar ou reparar os danos causados ao meio ambiente e a terceiros, afetados por sua atividade. O Ministério Público da União e dos Estados terá legitimidade para propor ação de responsabilidade civil e criminal, por danos causados ao meio ambiente.

Nessa perspectiva, a obrigação de reparar surge a partir da constatação do prejuízo, basta que exista evento danoso e comprove-se a relação entre a atividade empresarial e o dano ambiental, fica caracterizado o dever de indenizar. Isto se aplica a todas as formas de degradação da qualidade ambiental.

É possível perceber que, nas últimas duas décadas, houve um incremento nos mecanismos regulatórios. Percebe-se também que a legislação ambiental ficou diversificada, adquirindo contornos mais rigorosos, principalmente após a

³ Sistema instituído pela Lei 6.938/81 composto por órgãos e entidades da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, bem como pelas fundações constituídas pelo Poder Público, tendo por responsabilidade a proteção e melhoria da qualidade ambiental.

edição da Lei de Crimes Ambientais, que tipifica como delito o ato danoso à fauna, à flora, o ordenamento urbano, o patrimônio cultural, dentre outros.

Em contrapartida, nesse mesmo período, observa-se a ampliação das práticas socioambientais no mundo corporativo. Ademais, a implementação dessas ações tende a prevenir riscos como interrupções no processo de produção, perdas financeiras e danos à imagem corporativa em decorrência de punições judiciais.

Segundo as colocações de Cabral (2009, p. 45),

Os organismos de regulação locais – como o Ministério Público – vêm, em geral, negociando com as representações de classe patronal medidas, ao nível das firmas, para que preservem o meio ambiente em suas unidades e seus efeitos a jusante e a montante nas cadeias produtivas que se entrelaçam com os arranjos locais.

No entanto, Dias (2009) frisa que o engajamento empresarial nas causas ambientais pode ser influenciado tanto por fatores internos quanto externos, de modo a apresentar estratégias variáveis diante da legislação existente, conforme destacado no Quadro 3. Segundo o autor, a necessidade de um posicionamento estratégico é motivada pelo aumento do acesso às informações e ao monitoramento da sociedade e dos governos em todos os níveis.

Quadro 3 - Opções estratégicas variáveis diante da legislação existente adotadas pelas empresas

| Opções estratégicas | Descrição da situação na empresa |
|----------------------------------|--|
| Não cumprimento | É a opção adotada pelas empresas que não cumprem a legislação ambiental devido aos custos envolvidos ou por terem baixa percepção da importância do fator ambiental. |
| Cumprimento | A corporação escolhe uma estratégia reativa, limitando-se a cumprir a legislação vigente. |
| Cumprimento a mais | A empresa adota uma postura proativa em termos de gestão ambiental, adotando uma política ambiental que ultrapassa as exigências legais. As empresas que assumem esta estratégia são as que incorporam instrumentos voluntários de política ambiental, como os selos ecológicos e os certificados de gestão ambiental, como o ISO 14001. |
| Excelência comercial e ambiental | Estratégia baseada na premissa de que a “gestão ambiental é boa administração”. É adotada pelas empresas que buscam a excelência ambiental, com foco na qualidade, procurando projetar e desenvolver produtos e processos limpos. Sob esse ponto de vista, essas empresas consideram que a contaminação equivale à ineficiência. |
| Liderança ambiental | As empresas observam as práticas mais avançadas do seu setor econômico e incentivam a sua força de trabalho a “trabalhar com base numa ética ambiental”. De modo geral, são as primeiras a assumir novas medidas de cunho ambiental. |

Fonte: Elaborado a partir de Roome (1992) *apud* Dias (2009). Organização: OLIVEIRA, 2012.

De forma complementar, a Lei 10.650/2003 garantiu o acesso público às informações existentes nos órgãos integrantes do SISNAMA. Isso contribuiu para o aumento do controle e da transparência das ações empresariais, já que

qualquer indivíduo pode obter informações ambientais, podendo, inclusive, contrapor-las às apresentadas pelos relatórios corporativos e governamentais.

Em decorrência das privatizações no setor público e da introdução do regime de concessão e permissão de serviço público, previsto pelo Artigo 175 da Constituição Federal, regulamentada pela Lei nº 8.987/95, criou-se as Agências Reguladoras como Autarquias Especiais com intuito de regular as relações do serviço público delegado a iniciativa privada e garantir o cumprimento das cláusulas contratuais e do interesse público.

O setor elétrico, que integra a matriz energética do país, é um dos mais normatizados pela geração de impactos em potencial e, principalmente, pela posição estratégica para o desenvolvimento nacional. Em razão disso, criou-se uma agência governamental exclusiva para regular e fiscalizar a produção, a transmissão, a distribuição e a comercialização de energia elétrica - a Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) -, com atuação que influencia políticas de desenvolvimento do setor, conforme as diretrizes do governo federal.

A partir de então, percebe-se uma estrutura normativa e fiscalizatória mais robusta para o setor energético, que além das leis ordinárias, apontadas no Quadro 4, destacam-se também os decretos, as portarias, as instruções normativas, as resoluções e os despachos como instrumentos de regulação.

É, portanto, verificado, por meio dos atos normativos da ANEEL, o regramento de questões socioambientais como na Resolução nº 444/2001, que impõe a elaboração do Relatório Anual de Responsabilidade Empresarial, atualmente denominado Relatório de Responsabilidade Socioambiental das Empresas de Energia Elétrica. Necessariamente, a abrangência desses instrumentos normativos torna-se compulsória para todas as corporações que atuam no setor elétrico brasileiro. Diante dessas considerações, todo o acometimento legal tende a influenciar o gerenciamento de riscos, conduzindo os entes econômicos a agirem de maneira, por vezes, estranha à natureza corporativa.

Quadro 4 - Legislação compilada aplicável ao Setor Elétrico, 1981-2010.

| Instrumento normativo | Ementa |
|-----------------------|---|
| Lei 12.212/10 | Dispõe sobre a Tarifa Social de Energia Elétrica, e dá outras providências. |
| Lei 11.914/09 | Dispõe sobre limites à exposição humana a campos elétricos, magnéticos e eletromagnéticos visando à proteção da saúde e do meio ambiente, e dá outras providências. |
| Lei 11.487/07 | Altera a Lei 11.196/2005, para incluir novo incentivo tecnológico e modificar as regras relativas à amortização acelerada para investimentos vinculados a pesquisa e ao desenvolvimento. |
| Lei 11.465/07 | Altera os incisos I e III do caput do art. 1º da Lei 9.991/2000, prorrogando, até 31.12.2010, a obrigação das concessionárias e permissionárias de serviços públicos de distribuição de energia elétrica de aplicarem, no mínimo, 0,50% (cinquenta centésimos por cento) de sua receita operacional líquida em programas de eficiência energética no uso final. |
| Lei 10.848/04 | Dispõe sobre a comercialização de energia elétrica, e dá outras providências. |
| Lei 10.604/02 | Dispõe sobre recursos para subvenção a consumidores de energia elétrica da Subclasse Baixa Renda, dá nova redação aos arts. 27 e 28 da Lei Nº 10.438/2002, e dá outras providências. |
| Lei 10.438/02 | Dispõe sobre a expansão da oferta de energia elétrica emergencial, recomposição tarifária extraordinária, cria o Programa de Incentivo às Fontes Alternativas de Energia Elétrica (Proinfa), a Conta de Desenvolvimento Energético (CDE), dispõe sobre a universalização do serviço público de energia elétrica, e dá outras providências. |
| Lei 10.433/02 | Dispõe sobre a autorização para a criação do Mercado Atacadista de Energia Elétrica, pessoa jurídica de direito privado, e dá outras providências. |
| Lei 10.295/01 | Dispõe sobre a Política Nacional de Conservação e Uso Racional de Energia, e dá outras providências. |
| Lei 9.991/00 | Dispõe sobre realização de investimentos em pesquisa e desenvolvimento e em eficiência energética por parte das empresas concessionárias, permissionárias e autorizadas do setor de energia elétrica, e dá outras providências. |
| Lei 9.427/96 | Institui a Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), disciplina o regime das concessões de serviços públicos de energia elétrica, e dá outras providências. |
| Lei 9.074/95 | Estabelece normas para outorga e prorrogação das concessões e permissões de serviços públicos, e dá outras providências. |
| Lei 8.987/95 | Dispõe sobre o regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos previstos no art. 175 da Constituição Federal, e dá outras providências. |
| Lei 8.631/93 | Dispõe sobre a fixação dos níveis das tarifas para o serviço público de energia elétrica, extingue o regime de remuneração garantida e dá outras providências. |
| Lei 8.490/92 | Dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, e dá outras providências. |
| Lei 8.078/90 | Dispõe sobre a proteção do consumidor, e dá outras providências. |
| Lei 7.783/89 | Dispõe sobre o exercício do direito de greve, define as atividades essenciais, regula o atendimento das necessidades inadiáveis da comunidade, e dá outras providências. |
| Lei 7.369/85 | Institui salário adicional para os empregados no setor de energia elétrica, em condições de periculosidade. |
| Lei 6.938/81 | Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências. |

Fonte: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DISTRIBUIDORES DE ENERGIA ELÉTRICA – ABRADDEE, (2011). Organização: OLIVEIRA, 2012.

Cabe enfatizar, pertinente ao domínio legal, situações que envolvem a utilização de incentivos fiscais como meio de obter retorno econômico. Algumas empresas lançam mão dessa ferramenta como forma alternativa de recolhimento de tributos. Inicialmente, são realizados investimentos em projetos corporativos na área socioambiental, que, posteriormente, sofrem abatimentos em percentuais previamente estabelecidos em lei no momento da apuração e ajuste do imposto a pagar. Em outras palavras, os incentivos ou benefícios fiscais implicam na redução do pagamento de tributos, via dispositivo legal, promovendo, com isso, o aumento na margem do lucro empresarial.

Observamos de forma crescente a aplicabilidade de instrumentos como o ICMS ecológico, o cálculo do IPTU seguindo os critérios de progressividade e de empreendimentos a serem bonificados a depender do desempenho social e ambiental das atividades executadas. Com base nesse raciocínio, a prática da RSC pode trazer bons resultados por intermédio do exercício do planejamento tributário⁴. Esse mecanismo propicia uma redução no pagamento de impostos pelo emprego de alternativas legais menos onerosas que pode ser obtido, por exemplo, com a concessão de incentivos fiscais para as pessoas jurídicas que demonstrem investimentos realizados nas áreas social, cultural e ambiental. Como exemplo ilustrativo, apresenta-se no Quadro 5 alguns desses benefícios relacionados às práticas socioambientais no âmbito do Imposto de Renda de Pessoas Jurídicas, imposto recaído sobre os lucros auferidos com transações comerciais.

Nessa empreitada, as empresas ganham condições especiais sobre o aspecto tributário, o que resulta numa diminuição dos seus custos e despesas, além de elevar o apoio e a credibilidade das ações empresariais, possibilitando maior interação com a comunidade, fornecedores, colaboradores e demais *stakeholders*. Destarte, tais estratégias apresentam um duplo alcance para os entes econômicos, conforme explanação da Figura 2. Ao apoiar as ações de cunho socioambiental, pode-se obter um implemento nas vendas e na elevação da credibilidade da empresa junto ao seu público de interesse.

⁴ Refere-se aos planos e técnicas, voltados para a economia tributária pela utilização de formas jurídicas adequadas e típicas para a concretização de operações industriais, mercantis e de prestações de serviços. Maiores informações, ver Borges (2010).

Quadro 5 - Principais benefícios fiscais concedidos no âmbito do Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ), 2011.

| Área de Atuação | Instrumento Normativo | Objetivo | Incentivo Fiscal |
|---|---|--|---|
| Entidades sem fins lucrativos (OSCIP) | Lei 9.249/95 (art. 13, § 2º) | Fomentar a prestação de serviços gratuitos em benefício dos empregados ou da comunidade. | Limite de 2% sobre o lucro operacional da empresa. |
| Incentivos à cultura e à preservação do patrimônio cultural | Lei 8.313/91 (art. 24, II, e art. 30) (Lei Rouanet) | Contribuir para o Programa Nacional de Apoio a Cultura (PRONAC) e para a conservação ou restauração de bens sob a posse/propriedade da empresa tombada pelo Governo Federal. | Até 4% do IR devido pela empresa; Dedução do valor gasto realizado com a restauração. |
| Proteção aos direitos da criança e do adolescente | Lei 8.242/91 (art. 10) | Financiar os fundos de Direitos da Criança e do Adolescente em nível nacional, estadual e municipal. | Valores das doações feitas conforme limite estabelecido em Decreto do Presidente da República. |
| Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT) | Lei 6.321/76 | Promover a melhoria do estado nutricional e promoção da saúde dos trabalhadores. | Isenção dos encargos sociais sobre o valor da alimentação fornecida <i>in natura</i> ao trabalhador. |
| Pesquisa e desenvolvimento tecnológico | Lei 11.196/2005 | Incentivar a inovação tecnológica no âmbito das pessoas jurídicas. | A pessoa jurídica poderá excluir do lucro líquido, na determinação do lucro real e da base de cálculo da CSLL, o valor correspondente até 20% da soma dos dispêndios ou pagamentos vinculados à pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação tecnológica objeto de patente concedida ou mantida registrada. |
| Incentivo ao esporte | Lei 11.438/2006 | Fomentar projetos desportivos e paraesportivos. | Dedução de até 1% do Imposto de Renda devido. |

Fonte: Elaborado a partir de Mueller (2003) e RECEITA FEDERAL DO BRASIL (2011). Organização: OLIVEIRA, 2012.

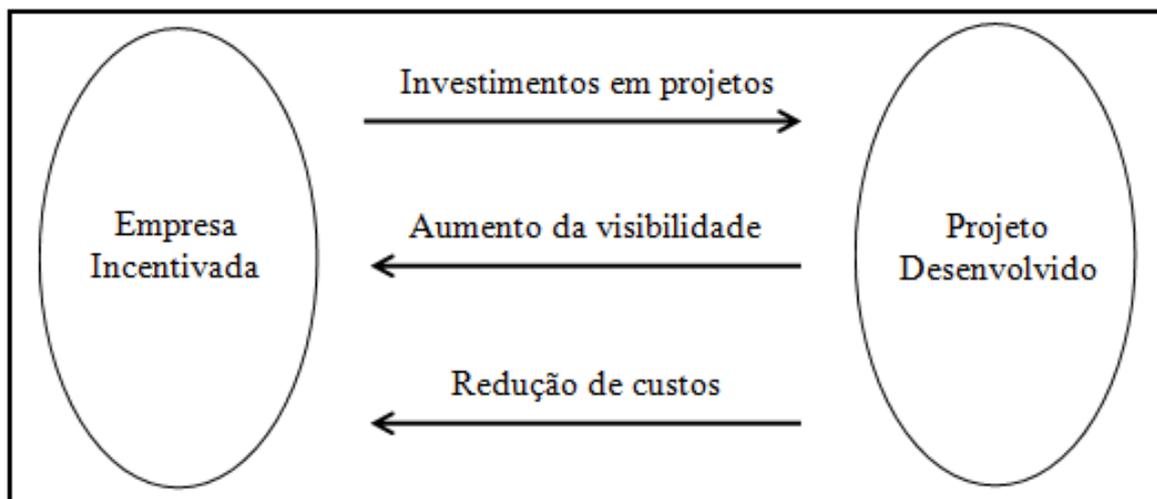


Figura 2 - Reflexo dos investimentos em projetos socioambientais por meio de incentivos fiscais. Organização: OLIVEIRA, 2012.

Ultimamente, destacam-se algumas iniciativas que convergem inclusive para a adesão de práticas socioambientais dentro da própria Administração Pública, conforme expõe Barata (2009), ao relatar a criação da Agenda Pública Ambiental do Governo Federal (A3P), por meio do Ministério do Meio Ambiente (MMA), oficializada pela Portaria 510/2002.

A A3P pretende instaurar um processo de construção de uma nova cultura institucional na Administração Pública, visando à mobilização dos servidores para a otimização dos recursos, o combate ao desperdício e a busca de melhor qualidade do ambiente de trabalho (BARATA, 2009, p. 287).

Pela transversalidade do tema, o assunto perpassa por vários órgãos da Administração Pública, pois envolve todo um patrimônio socioambiental, aqui considerados os bens naturais, culturais, humanos, econômicos, tecnológicos, dentre outros. Com isso, tais medidas estimulam a iniciativa privada a investir nessas ações. Um ato recente foi as alterações nos requisitos para aquisições de bens e serviços públicos regulados pela Lei 8.666/93. Tal fato também funciona como pressão que afeta o setor privado a engajar na sustentabilidade.

O Governo Federal, por intermédio do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MPOG), criou normas para a “Promoção do Desenvolvimento Nacional Sustentável” (Art.3º, lei 12.349/10), efetivando contratações públicas sustentáveis, ou seja, baseadas nos princípios do desenvolvimento sustentável e com o intuito de reduzir os custos com a máquina pública.

A Lei 12.349/2010, a Portaria MPOG/SLTI 02/2010 e a Instrução Normativa SLTI 01/2010 homologam o interesse da Administração Pública em investir nas ações de cunho socioambiental. Nesses dispositivos, o Governo Federal adota critérios visando à redução no consumo de água e energia, e a utilização de tecnologias e materiais que possam reduzir os impactos ao meio ambiente, sendo que sua obrigatoriedade se estende a todos os órgãos da Administração Pública, assim como seus conveniados e congêneres.

Ainda no campo federal, registra-se o Cadastro Nacional de Empresas Comprometidas com a Ética e a Integridade (Empresa Pró-Ética). Tal cadastro objetiva estimular a integridade no setor privado, e a sua implementação cabe a Controladoria-Geral da União (CGU) em parceria com o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Essa política almeja melhorar a governança nas empresas e diminuir a corrupção no setor público e privado, ação que se enquadra ao princípio nº 10 do Pacto Global, que trata do combate a corrupção em todas as formas, inclusive extorsão e propina.

Essas medidas tentam contribuir para a redução de fraudes em licitações públicas, diminuindo também os custos na aquisição de bens, serviços e obras públicas, já que, segundo Laville (2009), o setor público é responsável por grandes volumes de compras com percentual representativo do PIB em diversos países.

Nessas condições, destaca-se prioritariamente a busca das instituições públicas, bem como das privadas pela eficiência econômica com a redução dos custos e despesas denominadas correntes ou operacionais, ou seja, aquelas ligadas à manutenção das suas atividades.

Retornando aos aspectos corporativos, a atuação estratégica voltada para o cumprimento da legalidade no sentido de diminuir riscos e reduzir custos judiciais e sociais, além de implementar certos ganhos ao adquirir benefícios fiscais em projetos socioambientais, traz um posicionamento cômodo para as empresas articuladas nessas causas. Fato que, para Daher *et al.* (2007), pode elevar o valor do capital reputacional das empresas, tornando-as mais respeitadas e admiradas.

Nesse sentido, as corporações procuram introduzir práticas que supram as exigências legais e tragam maior visibilidade do ponto de vista social, como, por

exemplo, ações e declarações de que a empresa não utiliza trabalho infantil ou análogo ao trabalho escravo em sua cadeia produtiva, criando, assim, nova postura empresarial como consequência de uma implementação legal.

Com isso, as empresas apropriam-se de uma situação jurídico-normativa ao demonstrarem sua disponibilidade em cumprir a lei e o compromisso social e ambiental, sendo politicamente corretas e “responsáveis” para com seu público de interesse. Muito embora, para alguns autores, como Passos (2004) e Oliveira (2007), essa atitude não seja suficiente para caracterizar a prática da RSC. Esses acreditam que o cumprimento legal é requisito básico esperado por todos, portanto, indispensável, principalmente para os entes econômicos. Contrariamente a isso, as corporações estariam em desconformidade com a lei, e, assim, desamparadas legalmente para desenvolver suas atribuições mercantis.

Por sua vez, Freire (2004) defende o entendimento de que, após o advento da Constituição Federal de 1988 e da atualização do Código Civil, em 2002, houve a inserção e o desdobramento do Princípio da Função Social da Propriedade para as empresas. Assim, o ativismo empresarial em ações socioambientais deixou de ser um mero ato de liberdade para ser um dever formal, abrangido por aspectos jurídicos.

Mas afinal, há uma tênue diferença entre ações socialmente responsáveis e obrigações legais, tendo em vista sua essência comum, o respeito ao próximo e o atendimento do interesse da sociedade como um todo, com um adendo de que o interesse do particular pode ser efetivado sem, no entanto, afetar de maneira negativa o interesse social.

2.2 - Relatório de Responsabilidade Socioambiental e Balanço Social

A preocupação em otimizar resultados corporativos nem sempre se afirma em contraste com as ações de natureza socioambiental, e a necessidade de interagir com o entorno institucional torna-se proeminente, sendo por vezes, quesito para que uma corporação se mantenha no mercado em que atua.

Os riscos corporativos envolvendo questões socioambientais aplicam-se

concretamente ao princípio contábil da continuidade no que tange às limitações que possam levar ao encerramento da empresa.

Nessa perspectiva, a Ciência Contábil assume um relevante papel na evidenciação das informações gerenciais, pois atua por meio de técnicas próprias viabilizando registros, modificações e formalizações dos atos de gestão para o controle patrimonial.

Para Marion (2006, p. 26), “a contabilidade é o instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora de uma empresa”. Assim, trata-se de um componente da gestão responsável pelo fornecimento de informações necessárias para a formulação de estratégias de ação (KROETZ, 2000).

Sob um enfoque mais particularizado, destaca-se a especialização da matéria em Contabilidade Social, entendida, por Reis e Medeiros (2009, p. 61), como “geradora de informações qualitativas e quantitativas sobre as relações sociais entre as empresas e os ambientes interno e externo com que se relacionam”.

Por vezes, especificada de Contabilidade Ambiental, segundo descrição de Callado e Callado (2009, p. 118), como “ferramenta gerencial relevante e imprescindível para a mensuração dos ônus decorrentes de impactos no meio ambiente como consequência das atividades econômicas”.

Então, com auxílio desses parâmetros, tornou-se possível contabilizar elementos sociais e ambientais, evidenciando as práticas empresariais no contexto da RSC, usualmente apresentados no formato de relatórios e demonstrativos, assim como as demais demonstrações financeiras.

Conforme relatado anteriormente, a utilização desses relatórios foi disseminada a partir da década de 1990, quando diversos setores do empresariado nacional passaram a efetivar ações de cunho social e ambiental sob o discurso do desenvolvimento sustentável. Assim, há uma tendência para elaboração de relatórios corporativos que gerem informações apoiadas no tripé da sustentabilidade, abrangendo resultados ambientais, apoio à educação, saúde e segurança no trabalho, combate à discriminação, dentre outras questões (BARBIERI, 2007).

O Quadro 6 apresenta a composição de um Relatório de Responsabilidade

Socioambiental, seguindo diretrizes das entidades que detêm maior influência no assunto, como o Instituto Ethos, o IBASE e, no plano internacional, a *Global Reporting Initiative (GRI)*⁵.

Quadro 6 - Estrutura do Relatório de Responsabilidade Socioambiental, 2009.

| |
|---|
| Apresentação |
| 01 Mensagem do Presidente |
| 02 Perfil do Empreendimento |
| 03 Setor da Economia |
| Parte I – A Empresa |
| 04 Histórico |
| 05 Princípios e Valores |
| 06 Estrutura e Funcionamento |
| 07 Governança Corporativa |
| Parte II – A Atividade Empresarial |
| 08 Visão |
| 09 Diálogo com Partes Interessadas |
| 10 Indicadores de Desempenho |
| 10.1 Indicadores de Desempenho Econômico |
| 10.2 Indicadores de Desempenho Social |
| 10.3 Indicadores de Desempenho Ambiental |
| Anexos |
| 11 Demonstrativo do Balanço Social (Modelo IBASE) |
| 12 Iniciativas do Interesse da Sociedade (Projetos Sociais) |
| 13 Notas Gerais |

Fonte: Reis e Medeiros (2009). Organização: OLIVEIRA, 2012.

Nota-se que o Balanço Social é uma peça anexada ao Relatório de Responsabilidade Socioambiental, caracterizando-se em estrutura autônoma, reconhecidamente, avalizada pela Contabilidade.

Esse demonstrativo, que teve sua origem na França, representa os investimentos realizados pelos entes econômicos na promoção humana, social e ambiental, sendo elemento de gestão e de informação dirigido aos empreendedores e às partes interessadas. Segundo Kroetz (2000), trata-se de instrumento de apoio tanto para gestão quanto para sociedade ao trazer informações sociais e ambientais economicamente mensuráveis.

No entanto, a literatura pertinente apresenta a utilização do Balanço Social em pelo menos três vertentes. Na percepção de Freire e Rebouças (2001),

⁵ Rede de ação global *multistakeholders* sediada em Amsterdã, na Holanda, que tem por finalidade assessorar empresas e *stakeholders* na articulação de ações empresariais que contribuam para o desenvolvimento sustentável, tendo como foco a melhoria da qualidade e da aplicabilidade desses relatórios corporativos. Informações adicionais no site www.globalreporting.org.

constitui-se em ferramenta estratégica, integrante do processo decisório, ao promover uma memória social, instrumentalizando a gestão e o desenvolvimento dos recursos humanos. Para Trevisan (2002), o Balanço Social assume um viés mercadológico, ao difundir positivamente a imagem corporativa. Já na visão de Torres e Mansur (2008), compõe elemento referencial na prestação de contas à sociedade. A propósito, é justamente esse aspecto multifacetário que torna a sua aplicabilidade mais flexível e subjetiva, propiciando conotações diversas para sua efetivação dentro do contexto empresarial.

O Balanço Social sugerido pelo IBASE obteve bastante aceitação dentre as instituições brasileiras, destacando-se por ser um modelo sintético, sendo que sua praticidade favorece a adesão de empreendimentos de qualquer tamanho, ramo ou setor econômico. É um demonstrativo numérico (quantitativo) sobre indicadores socioambientais (qualitativos), com publicação anual, que unifica diversas informações sobre as ações sociais ou benefícios direcionados aos funcionários, investidores, fornecedores, consumidores e à sociedade.

O modelo IBASE (em anexo) compõe-se de uma tabela embasada nas dimensões da sustentabilidade, quais sejam: dimensão econômica (manutenção das atividades de maneira produtiva e rentável), dimensão social (equidade e justiça social) e dimensão ambiental (preservação do ambiente natural).

A sua apresentação compreende dois exercícios anuais (ano atual e anterior), composta por sete campos, que abordam sobre: (1) informação sobre o faturamento, (2) investimentos em ações sociais internas, (3) investimentos em ações sociais externas, (4) investimentos em ações ambientais, (5) indicadores do quadro funcional e apoio a diversidade, (6) informações referentes ao exercício da cidadania empresarial, e, por fim, (7) campo reservado para informações adicionais ou observações. Essas categorias, por sua vez, se subdividem em itens específicos, como capacitação e desenvolvimento profissional, combate à fome e segurança alimentar, quantidades de empregados terceirizados, padrões de segurança e salubridade e número de acidentes de trabalho, dentre outros.

Ao longo do tempo, o IBASE aperfeiçoou seu modelo evoluindo para outros três demonstrativos direcionados para micro e pequenas empresas, para cooperativas e para instituições de ensino, fundações e organizações sociais (IBASE, 2011).

Como visto, o Balanço Social é uma demonstração que evidencia para além dos indicadores financeiros, pois retrata o que foi objeto de investimento da empresa direcionado aos atores sociais de interesse. Assim, as informações contidas nesse balanço contribuem, significativamente, para a gestão e a divulgação da ação empresarial no que tange à RSC. É na verdade a peça-chave indicativa de que determinada empresa adota uma postura “socialmente responsável”.

Nesse sentido, tal postura não abarca tão somente o propagado bem-estar dos colaboradores, mas também contribui para a construção de um ambiente corporativo mais acolhedor e produtivo, já que, conforme ponderado por Srour (2008), as pessoas que acreditam na empresa onde trabalham se sentem mais dispostas a doar-se nas tarefas cotidianas, demonstrando lealdade, honestidade e zelo. Com isso, criam-se valores que, por sua vez, são transmitidos aos clientes na valoração dos produtos ou serviços oferecidos pela empresa.

Esse instrumento gerencial também contribui para avaliação das empresas frente à necessidade de conseguir empréstimos e financiamentos com maior facilidade, bem como na obtenção de vantagens em contratos de seguros e alavancagem das ações no mercado aberto devido à redução dos riscos no negócio. Também colabora no processo de exportação de produtos aos países centrais, mediante a necessidade de comprovação da inexistência de implicações socioambientais das empresas fornecedoras de produtos ou serviços.

Barbieri (2007) sintetiza a relevância da contabilidade por meio de suas técnicas específicas para a configuração tanto de passivos quanto de ativos socioambientais, podendo produzir, conforme o autor, situações favoráveis para a empresa, que, além do aspecto promocional, viabiliza uma análise econômico-financeira mais realista, necessária, especialmente, nos processos de venda, fusão ou redefinição societária.

Diferentemente de alguns países europeus, como França, Bélgica e Portugal, no Brasil não há ainda lei exclusiva que estabeleça a obrigatoriedade da elaboração e publicação do Balanço Social em âmbito nacional. Muito embora caiba destacar iniciativas como o projeto de Lei Federal 1305/2003, e leis pontuais, como as existentes nos Estados do Rio Grande do Sul, Mato Grosso, Amazonas e nos municípios de Londrina, Santo André e Porto Alegre.

(CRISÓSTOMO; PARENTE; SOARES, 2011).

Lagioia e Lira (2009) apontam a criação da Resolução 1.003/2004, que aprova a Norma Brasileira de Contabilidade (NBC T 15) (Informações de Natureza Social e Ambiental), do Conselho Federal de Contabilidade (CFC)⁶, na qual, segundo os autores, normaliza a publicação de demonstrativos com informações socioambientais nas empresas privadas.

Além dessas, registram-se algumas regulamentações setoriais. Conforme ponderação de Oliveira (2005, p.14), “a tendência é crescer, principalmente com a obrigatoriedade de divulgação de balanços sociais por alguns setores mais regulados, como o setor de eletricidade obrigado a publicar desde 2003”. O mesmo autor enfatiza o empenho da Comissão de Valores Mobiliários (CVM)⁷ em tornar obrigatória a divulgação desse instrumento para empresas com vultosos faturamentos anuais, mesmo que não tenham capital aberto.

A discussão sobre a exigência legal do Balanço Social é controvertida entre os pesquisadores e integrantes da classe empresarial, envolvendo também aspectos jurídicos que não são objeto deste trabalho acadêmico. De todo modo, Tinoco (2006) esclarece que um dos pontos polêmicos, ligado ao debate brasileiro, está justamente relacionado à sua obrigatoriedade e aos tipos de indicadores que deveriam ser apresentados.

Outro ponto, não menos importante, está na concessão do selo Balanço Social Ibase/Betinho, que foi lançado em 1998 com intuito de incentivar a participação corporativa na elaboração e divulgação desse instrumento.

Para que o selo fosse concedido era necessário que a empresa solicitante preenchesse alguns quesitos, além de publicar o demonstrativo conforme a metodologia e regras do Instituto. Dentre as condições, estava a necessidade de declarar, expressamente, que a empresa não utilizava mão de obra infantil ou escrava, de que não se envolvia direta ou indiretamente com prostituição, exploração sexual infantil ou corrupção; de exibir a apresentação de compromissos da empresa com a valorização e respeito aos direitos humanos, à diversidade e à legislação, os tratados e as convenções da empresa; bem como os mecanismos de ampla divulgação, principalmente, entre os funcionários e os

⁶ Autarquia federal que regulamenta e fiscaliza o exercício da profissão contábil.

⁷ Autarquia federal, ligada ao Ministério da Fazenda, responsável pela fiscalização das atividades das empresas nas bolsas de valores.

sindicatos representantes das categorias profissionais (IBASE, 2011).

Analisando o banco de dados disponibilizado pelo IBASE⁸, entre o período de 1996 a 2008, associado às colocações de Torres e Mansur (2008), tornou-se possível fazer algumas inferências. Primeiramente, houve uma queda na concessão do selo em 2002, devido ao estabelecimento dos critérios iniciais para o seu recebimento. O formulário passou também por revisões que incluíam alguns itens polêmicos, como o número de reclamações e críticas solucionadas, definição de metas ambientais e distribuição do valor adicionado (DVA)⁹.

Em seguida, houve um novo declínio na concessão do selo em 2006, novamente atribuído à mudança de critérios, pois, desta vez, era necessário que a empresa requisitante submetesse sua publicação para verificação social por meio de consulta pública por um prazo de 60 dias. Posteriormente, em 2007, quando passou a ser exigido o cumprimento da cota mínima para os portadores de necessidades especiais, seguido do aumento no rigor para apresentação dos dados, houve uma redução expressiva na quantidade de empresas aptas a receber o selo. Por fim, o IBASE informou, em nota oficial no seu *website*, ter suspenso a entrega do selo, por estar “em fase de avaliação e reformulação”. Assim sendo, o selo Balanço Social Ibase/Betinho foi efetivamente concedido entre os exercícios de 2000 a 2007.

Na Tabela 1, é possível perceber a forte presença das empresas ligadas ao setor elétrico, dentre as que elaboraram e publicaram, anualmente, o Balanço Social no modelo IBASE. Essa predominância, provavelmente, explica-se pela razão de ser um imperativo setorial. Aliás, conforme explanam Torres e Mansur (2008), a ANEEL já recomendava a elaboração do Balanço Social, nos moldes do IBASE, desde os primeiros anos da Campanha Nacional iniciada em 1997.

Porém, é emblemático observar o desempenho das entidades do setor elétrico, pois não evoluíram de maneira proporcional se comparado com o total de empresas que, efetivamente, receberam o selo. Se essas empresas integram a maioria das que elaboram as informações socioambientais, elas também deveriam compor o maior percentual das receptoras do selo fornecido pelo

⁸ Ver relação das empresas e maiores informações no website: <<http://www.balancosocial.org.br>>.

⁹ De acordo com Tinoco (2006), a distribuição do valor adicionado é importante componente do Balanço Social que tem por objetivo quantificar o quanto foi gerado de riqueza dentro da empresa e de que forma será feita essa distribuição da riqueza gerada dentre os atores sociais envolvidos.

Instituto.

Tabela 1 - Balanços sociais publicados e selos concedidos, segundo o modelo IBASE, no período de 1996 a 2008

| Ano | Balanço Social | | | Selo Balanço Social IBASE/Betinho | | |
|------|-------------------------------------|-----------------------------------|--|--|---|--|
| | Total de empresas que adotaram o BS | Empresas do setor elétrico com BS | Percentual do setor elétrico que adotou BS (%) | Total de empresas que receberam o selo | Empresas do setor elétrico com selo IBASE | Percentual do setor elétrico que obteve o selo (%) |
| 1996 | 9 | 5 | 55,6 | - | - | - |
| 1997 | 21 | 13 | 61,9 | - | - | - |
| 1998 | 38 | 16 | 42,1 | - | - | - |
| 1999 | 60 | 15 | 25,0 | - | - | - |
| 2000 | 124 | 38 | 30,6 | 8 | 1 | 2,6 |
| 2001 | 176 | 45 | 25,6 | 25 | 2 | 4,4 |
| 2002 | 194 | 42 | 21,6 | 22 | 1 | 2,4 |
| 2003 | 234 | 49 | 20,9 | 41 | 2 | 4,1 |
| 2004 | 226 | 48 | 21,2 | 59 | 4 | 8,3 |
| 2005 | 200 | 47 | 23,5 | 63 | 7 | 14,9 |
| 2006 | 126 | 33 | 26,2 | 52 | 7 | 21,2 |
| 2007 | 63 | 22 | 34,9 | 17 | 2 | 9,1 |
| 2008 | 24 | 10 | 41,7 | - | - | - |

Fonte: IBASE, 2011. Organização: OLIVEIRA, 2012.

É bem verdade que a publicação dessas informações remete à ideia de transparência, participação, equidade e democracia, elementos essenciais ao controle social e exercício da cidadania. Porém as finalidades precípuas que lhe deram origem nem sempre são levadas a cabo, ao passo que, discricionariamente, podem ser alteradas conforme o alinhamento de interesses e conveniências dos que detêm o poder de comando.

Essa lógica é corroborada por Leite Filho, Prates e Guimarães (2009), pois, ao buscarem os níveis de evidenciação das informações apresentadas nos relatórios de sustentabilidade, concluíram que as empresas selecionadas não tiveram aderência ao proposto pelas diretrizes GRI, ou seja, não acataram prontamente as recomendações da norma. Nessa direção, foram concludentes também os estudos de Carvalho e Siqueira (2007) ao constatarem discrepância entre os relatórios analisados que se afirmam de acordo com as diretrizes da GRI.

Notadamente, o objetivo da GRI é propiciar a elaboração padronizada desse tipo de relatório, por meio da publicação de diretrizes, para que a composição desses sejam mais completas, confiáveis e que possam ser comparadas com outras empresas de um mesmo setor (LAVILLE, 2009).

Assim, é importante salientar certas fragilidades relacionadas ao uso e manejo dos relatórios de responsabilidade socioambiental, tendo em vista que os dados geralmente não são verificados pelos seus usuários, nem tampouco

auditados externamente pelas empresas emitentes, o que, por motivos óbvios, acarretaria em custos adicionais. Dessa forma, surgem possibilidades de apresentações não condizentes com a realidade empresarial.

No próximo item, serão analisados alguns instrumentos orientados para a RSC que permitem dar maior respaldo e credibilidade, bem como otimizar a gestão empresarial, a saber o *marketing* verde e as certificações socioambientais.

2.3 - Marketing verde e as certificações socioambientais

O negócio sustentável apresenta-se, ao mesmo tempo, como desafio e como oportunidade aos empreendimentos econômicos, visto que sua adesão objetiva atingir um público mais consciente, atuante ou sensível às questões sociais e ambientais, ou seja, um público simpatizante ou engajado ao modo de vida “politicamente correto”.

Embora continue sendo o mais importante, o cliente não é o único público-alvo a ser considerado pelas estratégias de *marketing*. Outros públicos são almejados quando se trata da temática socioambiental (DIAS, 2009).

Devido ao iminente apelo social e ambiental vivenciado nas relações cotidianas e na própria mídia, à empresa urge compatibilizar suas ações com tais anseios e valores buscados pela sociedade, que, normalmente, são realizadas seguindo abordagens estratégicas, conforme destacado abaixo:

O envolvimento das empresas com os problemas ambientais adquire importância estratégica na medida em que aumenta o interesse da opinião pública sobre as questões ambientais, bem como dos grupos interessados nesses problemas: trabalhadores, consumidores, investidores e ambientalistas. Muitos investidores já consideram as questões ambientais em suas decisões, pois sabem que os passivos ambientais estão entre os principais fatores que podem corroer a rentabilidade e a substância patrimonial das empresas (BARBIERI, 2007, p.125).

Nesse panorama, as corporações necessitam ser mais atuantes e carismáticas para construir vínculos e obter credibilidade em suas relações, estabelecendo empatia com os atores sociais de interesse. É exatamente nesse ponto que se constitui a interface entre a RSC e as estratégias de mercado.

Afinal, as práticas de ações socioambientais pressupõem um ambiente de transparência e confiança que dá certo respaldo frente à comunidade. Nesse

contexto, ser vista com bons olhos pelas partes relacionadas torna-se um fator decisivo para o posicionamento no mercado.

Tanto nas considerações de Daher *et al.* (2007) como nas de Ferrari e Matias (2001), é possível obter um ganho de reputação por meio da RSC, confirmando, assim, a viabilidade desse procedimento para a gestão da imagem corporativa.

É interessante expor que os próprios institutos que atuam nessa temática propõem a vinculação da imagem às práticas socioambientais, conforme expresso no *website* da rede brasileira do Pacto Global, que disponibiliza uma campanha de *marketing*, especialmente, desenvolvida para divulgar as ações empresariais no sentido da sustentabilidade. Tal alusão é mantida, também, na página virtual do IBASE (2011), ao mencionar que “através deste selo as empresas podem mostrar – em seus anúncios, embalagens, balanço social, *sites* e campanhas publicitárias – que investem em educação, saúde, cultura, esportes e meio ambiente”.

Agregar valor à marca parece ser uma vantagem já percebida pelas empresas que incorporam as dimensões social e ambiental do tripé da sustentabilidade. De forma contínua, observa-se como contrapartida, por exemplo, a fidelização dos consumidores, ponto fundamental para um empreendimento mercantil ao estabelecer laços mais duradouros e a garantia de novas transações comerciais.

Conforme apregoado por Porter (1989) um dos principais estudiosos sobre estratégias empresariais, a vantagem competitiva dá-se justamente pelas vantagens adquiridas com relação aos demais concorrentes, e estas podem ser criadas por meio da diferenciação. Ao fazerem uma releitura teórica de Porter (1989), os autores Vitorino Filho, Peresin e Sacomano Neto (2011) acrescentam que as questões de competitividade evoluíram, consideravelmente, nas últimas décadas, podendo ser entendidas como a percepção que a alta administração tem da necessidade de planejar, a longo prazo, os assuntos essenciais ao adequado funcionamento da corporação.

Dias (2009, p.141) define o *marketing* verde como sendo

Um conjunto de políticas e estratégias de comunicação destinadas a obter uma vantagem comparativamente de diferenciação para os produtos ou serviços que a empresa oferece em relação às marcas concorrentes.

Já o *marketing* para causas sociais constitui-se uma nova estratégia de diferencial mercadológico que associa uma empresa ou uma marca à questão ou causa social relevante, em benefício mútuo (PADULA, PITOMBO e GIULIANI, 2006).

Diante disso, o *marketing* verde, ecomarketing, *marketing* para causas sociais ou *marketing* socioambiental trata-se de um desdobramento do *marketing* tradicional, porém, com abordagem voltada para a resolução de problemas sociais ou ambientais, que são alinhados aos fins mercadológicos.

Com isso, pode-se perceber, especialmente em grandes grupos nacionais e transnacionais que a comunicação institucional é trabalhada de forma direcionada, visando à promoção da imagem via “ativismo empresarial”.

Contudo, Motta e Oliveira (2007) asseguram que as ações socioambientais em momento algum devem ser confundidas com mudança ideológica da prática empresarial, pois o *marketing* aplicado a esse tema, assim como todas as outras ações corporativas ligadas à gestão social e ambiental, segue uma racionalidade econômica, na qual a lei da oferta e da procura continua sendo o fator determinante nas decisões.

Nesse sentido, o *marketing* para as causas sociais e ambientais pode ser entendido como uma adequação do *marketing* empresarial às demandas emergentes com a discussão do desenvolvimento sustentável, visando garantir a própria sustentabilidade dos negócios.

Para Junqueira (2005), o movimento da RSC, tratado inicialmente com reservas, devido ter custos adicionais, passou a ser encarado dentro de uma visão estratégica por se constituir em oportunidade de promoção da imagem em contrapartida aos investimentos efetuados.

Com isso, a implementação da RSC passa adquirir um viés promocional ao encampar estratégias concorrenciais ao ambiente interno e externo das empresas. No âmbito interno, pode ser praticada com intuito de cativar talentos e assegurar melhores serviços. Já, externamente, além dos estímulos já citados, busca-se, sobretudo, a sustentabilidade empresarial e o ganho efetivo de mercado.

O fato é que o enfoque em torno da RSC ressalta a transparência nas

atividades empresariais, o diálogo e as benfeitorias realizadas na sociedade, tentando disfarçar os ganhos auferidos pelas empresas com a sua implementação. Tais benefícios são, claramente, evidenciados nos estudos de Trevisan (2002), Félix (2005) e Carvalho (2007).

Portanto, um discurso “puritano” e desprovido de interesses não combina com esses tipos de empreendimentos que, declaradamente, visam obter lucro. Nessa lógica, as considerações apontadas por Andrade, Gosling e Xavier (2010, p.1) demonstram que “apesar do discurso das empresas focarem-se principalmente em razões éticas para investir em RSC, a motivação real é reforço da marca e do posicionamento corporativo”.

Numa outra compreensão, Motta e Oliveira (2007) afirmam que ser social e ecologicamente correto não deve implicar inviabilização dos negócios. Para os autores, essa postura deve colaborar para o incremento de diferenciais que permitam obter efeitos positivos. Também, outros autores alegam que a desconsideração do aspecto econômico nas ações socioambientais poderia comprometer a efetivação de projetos, havendo a necessidade de manter um equilíbrio entre os três eixos do desenvolvimento sustentável: o econômico, o social e o ambiental.

Tal visão é compartilhada por Padula, Pitombo e Giuliani (2006, p.123), quando afirmam que “praticar o *marketing* para causas sociais desmistifica exatamente o preconceito de que as palavras *marketing* e social não podem ou não devem coexistir”. Ainda, na opinião dos autores, o lucro faz parte da RSC, além de agregar valor à sociedade.

Nesse aspecto, Pereira (2007, p.85) diz se tratar de um “consenso presumido entre interesses mercantis e sociais”. Porém, não raramente, há denúncias e exposição na mídia de escândalos envolvendo empresas que se afirmam social ou ambientalmente corretas e engajadas na RSC. Algumas dessas apropriam-se de forma indevida do discurso socioambiental com intuito de obter vantagens, pois anunciam ações de interesse público. No entanto, dedicam-se mais à imagem corporativa do que às próprias questões sociais ou ambientais.

Essas distorções agregadas à prática das ações de RSC são, normalmente, conhecidas por lavagem ou maquiagem verde, esverdeamento da marca ou *greenwashing*, e rondam, frequentemente, o cenário empresarial. De

acordo com Barbieri (2007, p.127),

São frequentes os casos de empresas que usam o prestígio que as questões ambientais adquiriram nas últimas décadas perante as populações de muitos países para obterem benefícios sem dar uma contribuição efetiva para redução dos problemas ambientais.

A apresentação do relatório “O Estado Real das Águas no Brasil – 2003/2004”, como aponta Junqueira (2005), revelou o envolvimento de empresas industriais e agroindustriais brasileiras com o despejo de material tóxico no meio ambiente, acarretando na contaminação das águas. Nota-se que muitas das empresas que figuram na lista das mais poluidoras, paradoxalmente são também investidoras em projetos socioambientais e afirmam-se comprometidas com o bem-estar social em suas peças publicitárias.

Segundo Leite (2009), a crescente preocupação com o meio ambiente gerou uma grande demanda por produtos e serviços sustentáveis, e muitos empreendimentos estão aproveitando a oportunidade para aumentar suas vendas. Nesse direcionamento, a RSC passa ser uma prática de gestão oportunamente utilizada visando à melhoria de resultados.

Padula, Pitombo e Giuliani (2006), advertem que a identidade corporativa deve refletir, como imagem, aquilo que realmente ela é. Contrariamente, quando a identidade e a imagem não se coadunam, o negócio torna-se vulnerável perante a opinião pública.

Portanto, o esverdeamento da marca é um procedimento arriscado, pois sua prática pode trazer contrafeitos negativos e indesejáveis para reputação da empresa, caso essa não consiga aliar o discurso com práticas mais consistentes.

Outros aspectos relacionados à publicidade institucional são as certificações e premiações socioambientais, assim como as rotulagens ou etiquetagens verdes. Nas colocações de Santilli e Santilli (2009), houve um crescimento expressivo do mercado para os produtos verdes após a Eco-Rio 92, quando foram reafirmados e incorporados valores sobre a preservação ambiental e o uso de tecnologias menos poluentes. Conforme os autores, tais demandas motivaram a criação de certificações ambientais, como os selos expedidos pela *International Organization for Standardization (ISO)* e pelo *Forest Stewardship Council (FSC)*.

Existem, atualmente, uma variedade de premiações, certificações e selos

sociais e ambientais emitidos por instituições diversificadas, como ONGs, entidades privadas, associações e entes públicos. Tachizawa (2011, p. 57) argumenta que “a iniciativa privada descobriu na onda verde um excelente filão de negócios e tornou-se poderosa aliada das ONGs”.

Félix (2005, p. 6) destaca que

Argumentos “verdes” como diferencial de marca são cada vez mais utilizados nas comunicações e estratégias dos profissionais de publicidade e marketing: os símbolos de reciclagem nas embalagens; os selos verdes; a divulgação da conquista de certificação de Sistema de Gestão Ambiental; a divulgação de programas de educação ambiental em comunidades; o apoio a projetos voltados para a conservação do meio ambiente; dentre outros.

Esse contexto proporciona a formação de alianças entre representantes da sociedade civil e os entes privados, no sentido de darem maior respaldo e credibilidade a gestão dos empreendimentos. Dessa forma, observa-se uma atuação sistematizada no sentido de reforçar e promover marcas corporativas por meio da emissão de selos ou premiações sociais, concedidos por órgãos independentes ou por meio da obtenção de certificações de sistemas gerenciais, como a ISO 9000 (gestão da qualidade) e a ISO 14000 (gestão ambiental).

A exemplo da ISO 9000, que estabelece procedimentos para garantir a qualidade e integridade no processo de elaboração de produtos ou serviços, a série ISO 14000 busca a melhoria da eficiência no processo de produção, principalmente nas empresas industriais, tendo em vista a minimização de impactos sobre o meio ambiente. Ambas as normas são importantes aliadas das atividades mercadológicas, já que funcionam também como fatores de diferenciação e divulgação de uma empresa ou marca frente às negociações internacionais.

Assim, Dias (2009, p. 151) reitera que

A certificação como estratégia de marketing é adotada pelas empresas como uma oportunidade de mercado para diferenciar-se dos concorrentes mais convencionais e posicionar-se como marca ambientalmente correta e socialmente responsável.

O processo de certificação na área socioambiental envolve normas privadas que orientam uma conduta direcionada ao ambiente de trabalho ou à preservação ambiental, tendo suas práticas comumente evidenciadas pela vertente ecológica ou social do *marketing*.

De modo geral, um produto ou serviço pode obter certificado do ponto de

vista social ou ambiental, se desempenhar as mesmas funções dos concorrentes e, ao mesmo tempo, não causar dívidas sociais ou danos ao meio ambiente durante o processo de produção, além de ter que cumprir todos os requisitos solicitados pela norma certificadora.

Por conseguinte, a certificação da norma dá-se pela Auditoria de Certificação, um processo planejado e metódico, subsidiado por técnicas especializadas, para confirmar se um determinado sistema encontra-se em conformidade com todos os elementos da norma em questão (OLIVEIRA e ALBUQUERQUE, 2009).

Barboza (2001) distingue rotulagem de certificação ambiental. Segundo a autora, os rótulos ou “selos verdes” visam dar informações sobre determinado produto e são direcionados aos consumidores. Já as certificações envolvem a cadeia produtiva e seus parceiros, sendo mais voltada para as vendas no atacado. Contudo, ambos constituem importantes etapas na busca pela sustentabilidade.

Assim, também, as normas ISO 9000 (Gestão da qualidade), ISO 14000 (Gestão ambiental), ISO 26000 (Norma internacional de responsabilidade social), NBR 16001 (Norma brasileira de responsabilidade social), AA 1000 (Relação com os *stakeholders*), SA 8000 (Gestão de saúde ocupacional e segurança), BS 8800 (Gestão da segurança e saúde no trabalho) e OHSAS 18000 (Gestão de segurança e saúde ocupacional) destacam-se na construção de parâmetros internacionais para gestão socioambiental (PEREIRA, 2007).

O investimento na implementação de sistemas gerenciais com intuito de adquirir certificações de padrões internacionais, além de alavancar a competitividade via promoção institucional, possibilita igualmente a adoção de práticas modernas que enfatizam o uso controlado de recursos, como o emprego da ecoeficiência nos negócios.

A propósito, a ecoeficiência empresarial envolve novos conceitos relacionados à RSC, que conduzem a melhoria do processo produtivo, promovendo a racionalização de insumos e o descarte adequado dos resíduos industriais ou comerciais. Na definição de Câmara (2009, p. 237), trata-se do “[...] uso mais eficiente de materiais e energia, a fim de reduzir os custos econômicos e os impactos ambientais”.

A aplicabilidade do conceito de ecoeficiência tem sido cada vez mais comum no meio produtivo, principalmente sob a análise do controle dos impactos no ciclo de vida dos produtos, envolvendo as etapas de produção, comercialização, utilização, consumo e descarte (DIAS, 2009). Dessa maneira, atua como mecanismo indutor das certificações ambientais, proporcionando, ao mesmo tempo, a elevação da produtividade e a implementação do ecomarketing.

Machado e Oliveira (2009, p. 99) exemplificam o caso da montadora de automóveis Fiat, sediada em Betim-MG, que “ao reciclar os resíduos industriais, contribui para preservação ambiental e economiza 25 milhões de reais por ano, além de reciclar 92% da água que utiliza”. Assim, a fábrica obtém um duplo benefício ao incorporar em suas práticas cotidianas os princípios da RSC, a saber: a melhoria da imagem e da eficiência econômica.

De acordo com o Quadro 7 e as demais referências indicadas nesse trabalho, é possível perceber uma relação positiva entre os eventos socioambientais e a melhoria das práticas corporativas rumo à sustentabilidade nos negócios.

Quadro 7 - A RSC e as implicações para a sustentabilidade empresarial

| Fundamentação teórica | Efeitos para gestão |
|----------------------------|--|
| Daher <i>et al.</i> (2007) | Aumento do capital reputacional. |
| Srouf (2008) | Proteção da empresa, eficiência na gestão, promoção do crescimento da empresa. |
| Chiavenato (2008) | Aumento da produtividade, minimização da regulamentação governamental. |
| Laville (2009) | Envolvimento dos funcionários, redução com o custo de rotatividade de pessoal, valorização das ações na bolsa de valores. |
| Leite (2009) | Promoção e articulação das alianças multisetoriais, melhoria nos processos internos, redução dos riscos e impactos negativos ao negócio. |
| Calado e Calado (2009) | Promoção da imagem da empresa, redução nos custos operacionais, ganho de mercado. |
| Moraes e Filho (2009) | Elevação da satisfação do cliente, aumento da credibilidade no mercado financeiro, contribuição para obter certificados e selo ambientais. |

Fonte: Srouf (2008), Chiavenato (2008), Laville (2009), Calado e Calado (2009), Moraes e Filho (2009). Organização: OLIVEIRA, 2012.

A prática das ações socioambientais trabalhada como valor corporativo, além de projetar uma boa imagem frente ao público de interesse, contribui também para redução de riscos, melhoria da eficiência e aumento da rentabilidade empresarial.

No entanto, cabe ressaltar a argumentação do empresariado, também endossada por alguns autores já citados, de que há uma convergência harmônica

entre ações socioambientais e objetivos corporativos, enfatizando-se a possibilidade da obtenção de ganhos mútuos. Todavia, é necessário analisar com certa cautela, pois se de fato tais ações podem gerar ganhos aos atores sociais de interesse é porque, em contrapartida, produzem efeitos maiores aos empreendimentos patrocinadores dessas ações.

Nesse sentido, o debate em torno do tema torna-se polêmico, principalmente se analisado sob o prisma de “quem agrega valor a quem”. Na verdade, os interesses são distintos e as necessidades sociais são, igualmente, diversas, a depender dos grupos eleitos para a realização das benesses. Aliás, esse é um dos aspectos tratados pela vertente social ou contratual da RSC, ao tratar do gerenciamento de conflitos inerentes às interações entre empresas e sociedade.

O grande desafio está na efetivação dos interesses, porque a lógica regente nas empresas continua sendo a tradicional lógica do mercado. Então, como firmar práticas empresariais distintas partindo-se de um modelo já existente? Laville (2009) pondera ser necessário repensar a maneira pela qual se avalia o desempenho e aferir-se o sucesso desses entes econômicos, que continuam tendo o lucro como finalidade precípua. Desse modo, a beneficência ou a filantropia transfigurou-se para uma nova face mercadológica sob os moldes da RSC, devidamente adaptável aos mecanismos estratégicos propiciando a sustentabilidade corporativa.

CAPÍTULO 3

O CONTEXTO DE ADOÇÃO DOS PRINCÍPIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NA CELTINS

Neste capítulo, serão apresentados os elementos evidenciados durante o estudo de caso proposto. Os dados documentais foram suplementados com as informações retiradas das entrevistas com os gestores envolvidos na área socioambiental da Companhia de Energia Elétrica do Estado do Tocantins (Celtins).

Paralelamente, na análise e na sistematização dos dados foram observadas as pontuações de Cellard (2008) no que tange a origem, natureza, autenticidade e confiabilidade dos textos examinados diante do contexto político, econômico e social em que se desencadeiam os fatos. Assim como, possíveis inconsistências ou correlações existentes entre os aportes documentais, as ações divulgadas e as práticas adotadas pela empresa, buscando, nessa ótica, entender as implicações da conduta socioambiental para a atividade corporativa.

3.1 - Caracterização do cenário da pesquisa

A demanda por energia está diretamente relacionada ao desenvolvimento econômico, refletindo, sobretudo, na produção de bens e serviços que, de forma geral, abastecem as necessidades de consumo da sociedade.

No caso do setor de eletricidade, observa-se a ocorrência de planejamento das ações setoriais de longo prazo para garantir a operacionalização e a expansão do sistema elétrico. Por outro lado, o fornecimento de energia lança um rastro de impacto social e ambiental acumulado desde o início da cadeia de produção que envolve a geração, o sistema de transmissão e a distribuição.

Apesar de o modelo hidroelétrico ser predominante no Brasil, pela sua praticidade e economicidade em relação às demais fontes, dada às proporções

geográficas para o atendimento da demanda, ainda assim é responsável por variados impactos para que a energia chegue ao consumidor.

Nas últimas décadas, instalou-se no cenário brasileiro um novo modelo organizacional para o setor elétrico, regido por um ambiente regulatório caracterizado por normas e diretrizes, alavancando investimentos em novas tecnologias e instalações com intuito de dar maior segurança, confiabilidade e eficiência ao sistema (ELETROBRÁS, 2011).

Dessa forma, o Estado transferiu a execução do serviço para empresas públicas ou privadas por prazo determinado, em que a sua titularidade é delegada via contrato de concessão. Com isso, o Estado passa a exercer controle, uma fiscalização específica visando assegurar a adequada prestação do serviço, podendo até mesmo ser extinta a concessão, caso haja inadimplemento das cláusulas pactuadas.

Essa atuação regulatória setorial é incumbência da Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), que regula, fiscaliza e controla, por força legal, a produção, a transmissão, a distribuição e a comercialização de energia elétrica segundo as diretrizes governamentais.

No entanto, a disponibilidade de energia elétrica transcende o domínio econômico ao obter repercussão social devido à essencialidade desse serviço. Em decorrência disso, intensificam-se os debates em torno da necessidade de financiamentos para o setor *versus* universalização do acesso e melhoria da qualidade do fornecimento aos cidadãos.

Nessa pauta também se entrelaçam questões como a composição da tarifa de energia e a capacidade de pagamento do consumidor, entre outros fatores correlacionados. Tal quadro acaba expondo as empresas do setor às pressões e questionamentos no que se refere principalmente ao custo final do serviço para a sociedade.

Nessa perspectiva, as corporações ligadas ao setor elétrico precisam compatibilizar a sua atuação pública dentro de uma lógica de interesses privados. Sob a ótica pública, por serem prestadoras de um serviço de utilidade pública, encontram-se envolvidas por normas direcionadas ao interesse coletivo, ao passo que precisam gerir seus recursos de forma a garantir bons resultados aos investidores, aliás, objetivo almejado por qualquer entidade privada.

A Celtins, única empresa fornecedora de energia no Estado, é controlada pelo grupo Rede Empresas de Energia Elétrica S.A. (Rede S.A), *holding* controladora de empresas nos seguimentos de geração, bio energia, comercialização, serviços e distribuição de energia elétrica.

No plano corporativo, como é denominada a gestão da controladora, atuam o Conselho de Administração, responsável pelo estabelecimento das políticas e diretrizes gerais, a Diretoria Executiva, com finalidade de praticar os atos do negócio, e o Conselho Fiscal, com o papel de fiscalizar os atos praticados pela gestão.

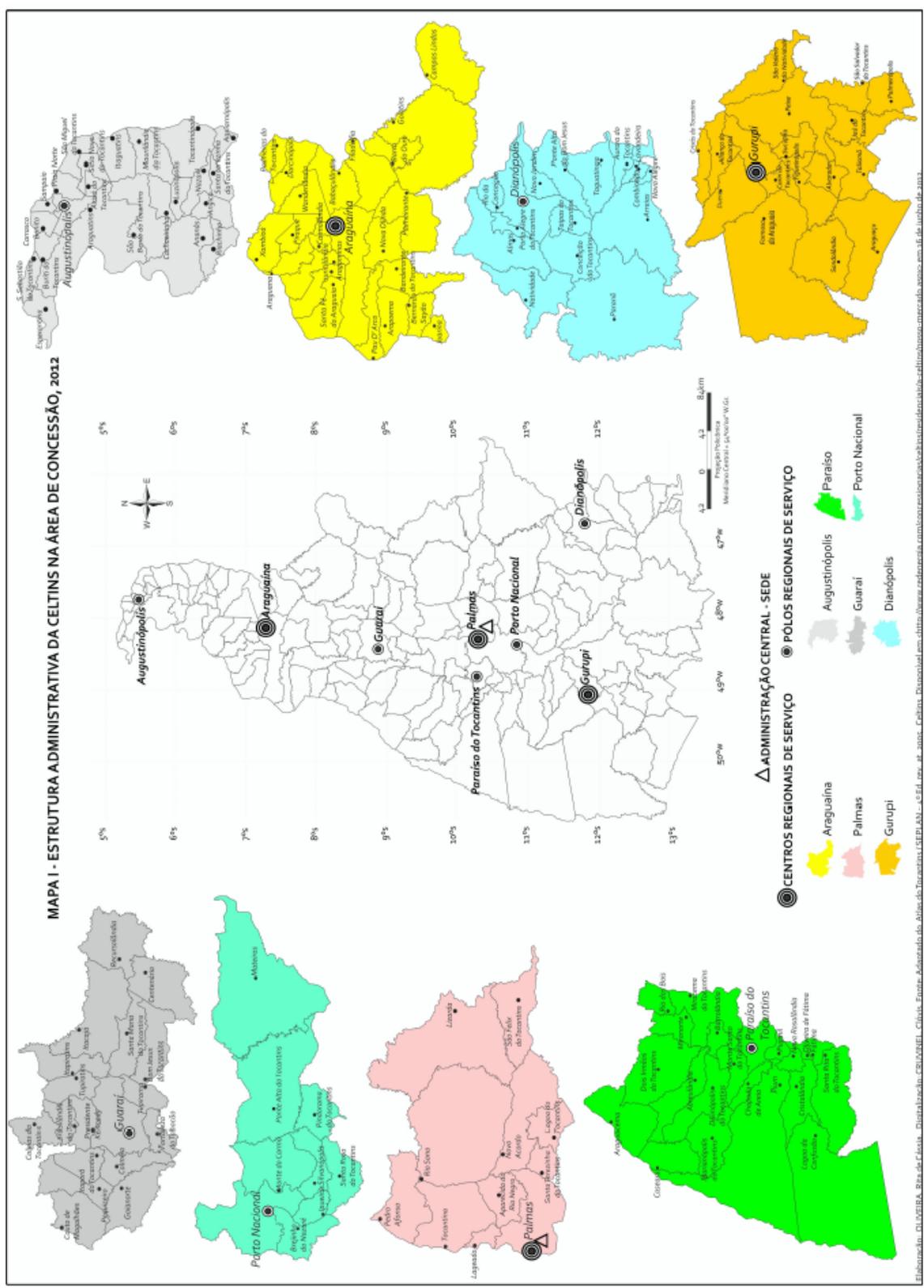
O segmento de distribuição do grupo opera em, aproximadamente, 34% do território nacional, nas áreas de concessão de nove distribuidoras, que atendem 578 municípios nos estados de São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará e Tocantins (CELTINS, 2010a).

A Celtins é uma empresa de capital fechado controlada pela Rede S.A. em sociedade com o Governo do Estado do Tocantins, que participa com 30% das ações ordinárias e 49,14% do capital total. A Rede S.A. detém o controle acionário com 70% das ações ordinárias e 50,86% do capital total de emissão da companhia. Com área de concessão abrangendo 277.621 km², a Celtins atua nos 139 municípios tocantinenses com população estimada em 1,3 milhões de habitantes, totalizando em dezembro/2010, 441.578 unidades consumidoras (CELTINS, 2010a).

Sua estrutura administrativa é composta de uma Administração Central, localizada em Palmas, três Centros Regionais (Araguaína, Gurupi e Palmas) e cinco Polos Regionais de Serviços (Augustinópolis, Guaraí, Dianópolis, Paraíso do Tocantins e Porto Nacional), conforme destacado no Mapa 1.

A partir das determinações da Resolução ANEEL 414/2010, a empresa teve que oferecer atendimento presencial em todos os municípios do Estado, os quais foram reorganizados em agências de atendimento classificadas em três categorias: Tipo I (oito horas diárias, com funcionários próprios), Tipo II (quatro horas diárias, com funcionários próprios) e Tipo III (oito horas semanais, com funcionários terceirizados) (RODRIGUES, 2012a).

Mapa I – Estrutura Administrativa da Celtins na área de Concessão, 2012.



Elaboração: C. UETDA. Base de dados: Estatística. Fonte: Administração. Atlas de Tocantins (SEPLAN - C. UETDA, org. et. coord.). Celtins. Divisão de Planejamento e Estatística. Disponível em: <http://www.celtins.com.br>. Acesso em: 14 de Junho de 2012.

A estrutura organizacional da Celtins segue o modelo das demais empresas subordinadas a *holding* Rede S.A., apresentando-se com uma Vice-Presidência Executiva, como ápice da estrutura local, apoiada por quatro diretorias e uma superintendência comercial, além dos órgãos de assessoramento, como demonstrado na Figura 3.

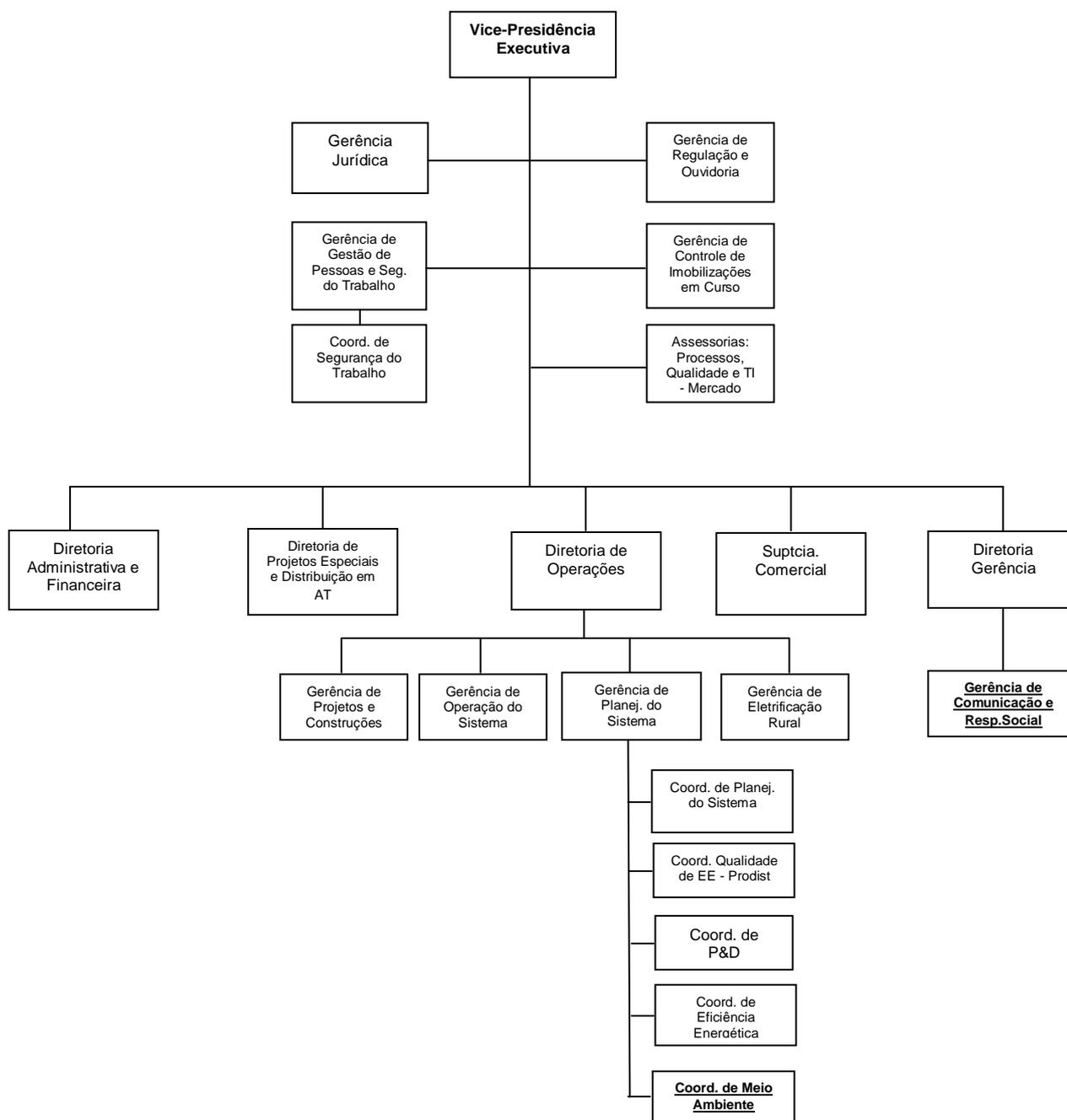


Figura 3 - Organograma da Celtins, com ênfase nos setores que atuam na área socioambiental, 2011. Fonte: RODRIGUES (2011). Organização: OLIVEIRA, 2012.

Durante a análise documental e a partir das visitas *in loco*, foi percebida a atuação direta da Gerência de Comunicação e Responsabilidade Social e da

Coordenação de Meio Ambiente nas questões ligadas à RSC na Celtins, conforme identificados no organograma acima.

A responsável pela Gerência de Comunicação e Responsabilidade Social tem formação acadêmica em Jornalismo e MBA em Gestão, a partir disso pode-se perceber o peso do marketing envolvendo as ações socioambientais na empresa. Já o designado para a Coordenação de Meio Ambiente possui graduação em Engenharia Agrônoma com Especialização em Educação Ambiental e Auditoria e Perícia Ambiental.

Nesse passo, foram levantadas as principais atribuições desses setores, conforme Quadro 8, no intuito de entender melhor a participação de cada um na implementação das ações socioambientais.

Quadro 8 - Principais atribuições da Gerência de Comunicação e Responsabilidade Social e da Coordenação de Meio de Ambiente da Celtins, 2012.

| Gerência de Comunicação e Responsabilidade Social | Coordenação de Meio de Ambiente |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Atuar no assessoramento e acompanhamento dos diversos setores da empresa na área de comunicação; ▪ Elaborar políticas e estratégias de responsabilidade socioambiental; ▪ Promover a ampliação e a visibilidade da atuação socioambiental da empresa; ▪ Formular pareceres sobre propostas de patrocínios, apoios e parcerias; ▪ Promover a participação da empresa em prêmios e concursos. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Representar a área de meio ambiente em eventos correlatos; ▪ Apoiar na proposição de pesquisas que permitam melhorar a imagem, a competitividade e o desempenho ambiental; ▪ Propor melhorias que resultem em otimização dos indicadores da área; ▪ Garantir o cumprimento dos prazos e procedimentos internos e legais; ▪ Desenvolver conteúdo para realização de treinamentos e palestras de conscientização ambiental. |

Fonte: (RODRIGUES, 2012b). Organização: OLIVEIRA, 2012.

Na busca pela otimização operacional, a *holding* promoveu, em 2010, um realinhamento da sua estratégia organizacional, na qual foram redefinidos metas e objetivos institucionais para as nove distribuidoras, no planejamento estratégico para o ciclo 2011-2012, agrupados na denominada “Estratégia em Rede”, cuja finalidade é estabelecer os objetivos, os indicadores de desempenho e as metas correlacionadas entre as empresas que integram o grupo.

Nessa perspectiva, alinhada às ações do grupo Rede S.A., a Celtins implementou o “Programa Evoluir”, com o intuito de melhorar a qualidade e aumentar a eficiência das áreas de estratégia, operação, gestão e tecnologia. Esse programa engloba ao todo nove projetos estratégicos, a saber: Centro de Serviços Compartilhados, Estruturação do Processo de Cobrança, Estruturação da Operação de Engenharia, Manual de Controle Patrimonial do Setor Elétrico,

Call Center, Procedimentos de Distribuição, Sistema de Gestão Empresarial, Estruturação dos Processos Administrativos e Pessoas (CELTINS, 2010a).

Segundo as ponderações da Presidente do grupo Rede S.A. - Carmem Campos Pereira -,

O objetivo é assegurar o equilíbrio econômico-financeiro das distribuidoras e elevar a geração de caixa operacional, crescendo com sustentabilidade [...] e, para assegurar este objetivo, a Rede Energia adotará quatro pilares: eficiência operacional, estrutura de capital adequado e aumento da rentabilidade, consolidação da imagem através do resultado e de melhores práticas e manutenção e sustentabilidade da concessão (PEREIRA, 2011a, p. 2).

Assim, foram investidos aproximadamente 163 milhões de reais, em 2010, no aprimoramento da gestão e na modernização do sistema elétrico, apostando em um desenho estratégico que proporcione melhoria da eficiência e da eficácia, articulando os recursos disponíveis com foco direcionado para a obtenção de melhores resultados (CELTINS, 2010a).

Para obter e consolidar tais resultados, o grupo Rede S.A. e a Celtins optaram por trabalhar com instrumentos estratégicos diretamente orientados para os objetivos corporativos, mas engajados à gestão socioambiental por meio das ações de RSC.

3.2 - Engajamento e estratégias da Celtins orientados para a RSC

A RSC na Celtins advém de uma decisão estratégica da controladora em alinhar as ações socioambientais de maneira integrada. Com isso, as ações são executadas de forma padronizadas e difundidas em todas as empresas do grupo, poupando esforços e reduzindo custos, garantia de benefício para todas as envolvidas. Para tanto, são organizados Comitês de Responsabilidade Socioambiental, em nível corporativo e local, com a finalidade de promover o engajamento com as partes relacionadas, adotando a seguinte postura:

A Celtins, considerando a importância dos públicos com os quais se relaciona (acionistas, poderes públicos, investidores, comunidade, clientes, fornecedores, público interno) e o ambiente no qual está inserida, cumpre o seu papel de empresa cidadã e adota o conceito de responsabilidade socioambiental em sua gestão (CELTINS, 2010a, p. 14).

Com a incorporação dos critérios socioambientais ao planejamento estratégico, a companhia apresenta missão e visão corporativas a seguir:

Missão: prestar serviços de energia elétrica com responsabilidade social e ambiental, visando à satisfação dos clientes, colaboradores, fornecedores e acionistas, contribuindo para o desenvolvimento do país. Visão: ser reconhecida como empresa de excelência no setor de energia elétrica pelo serviço prestado, tecnologia empregada e qualificação dos colaboradores (CELTINS, 2009, p. 16).

A elaboração dos relatórios socioambientais da Celtins, de modo geral, segue os temas centrais endossados pela ISO 26000, recente norma internacional orientadora da responsabilidade social no âmbito empresarial, a saber: governança corporativa, direitos humanos, práticas trabalhistas, meio ambiente, práticas leis de operação, questões relativas ao consumidor e envolvimento comunitário. INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, QUALIDADE E TECNOLOGIA (2011). A forma de apresentação das ações é elencada de acordo com os grupos de *stakeholders*, como observado na Figura 4.

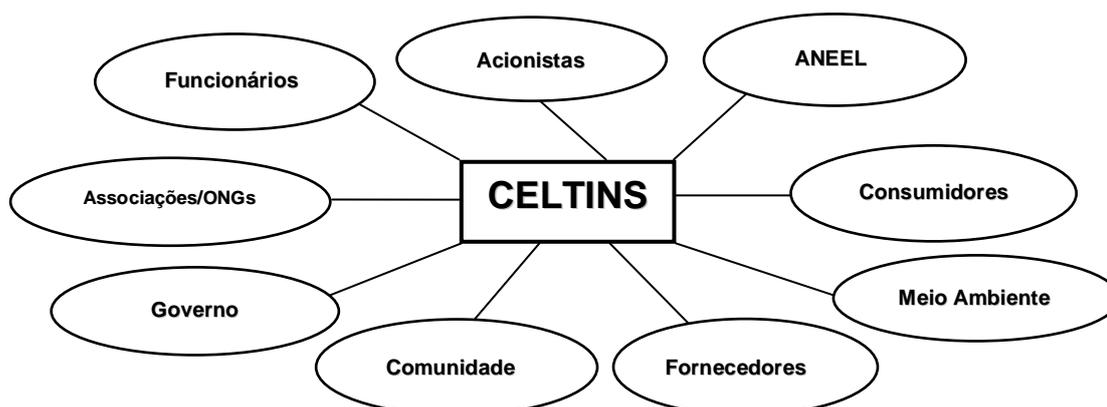


Figura 4 - A Celtins e seus *stakeholders*, 2009, Fonte: Celtins, 2009. Organização: OLIVEIRA, 2012.

Observa-se que na maioria das vezes as ações socioambientais são articuladas com as atividades de comunicação institucional, havendo estratégias correlatas. Nota-se que as ações socioambientais estratégicas são organizadas e direcionadas a partir da Gerência de Comunicação Responsabilidade Social da empresa, tendo como responsável um profissional da área de jornalismo com especialização em gestão. Os assuntos mais específicos da área ambiental são tratados pelo Coordenador de Meio ambiente.

Nessa perspectiva, e de acordo com as principais atribuições de cada setor, conforme Quadro 8, percebe-se que essa postura socioambiental busca impulsionar a imagem corporativa, tendo em vista que as ações são ordenadas e sistematizadas no sentido de dar robustez à “Política de Sustentabilidade”,

ênfatizando a atuação da empresa na gestão dos impactos causados aos seus *stakeholders*.

Tal fato é pontuado pelo Coordenador de Meio Ambiente ao tratar a prática da RSC na Celtins como “uma via de mão dupla, onde a empresa desenvolve ações e recebe esse retorno ao longo do desenvolvimento dos trabalhos” (PINTER JUNIOR, 2011).

Com o histórico de publicar o Balanço Social desde 1997, já nos moldes do IBASE, a partir de 2005, a empresa passou também a elaborar, anualmente, o Relatório de Responsabilidade Socioambiental, seguindo os critérios determinados pela ANEEL. Além disso, publica voluntariamente um Relatório de Responsabilidade Socioambiental consolidado de todas as empresas do grupo Rede S.A., em formato bilíngue, baseado no modelo da GRI.

Ao analisar os relatórios socioambientais da Celtins, referente aos exercícios de 2009 e 2010, com seus respectivos balanços sociais, alistados em anexo, foram detectadas algumas inconsistências ligadas aos dados quantitativos apresentados. Diante disso, optou-se por considerar os referidos relatórios juntamente com o balanço social integrante do Relatório da Administração de 2010¹, publicado em jornal estadual de grande circulação em 30 de março de 2011. Ademais, esse documento apresenta-se conciliado com o restante das informações disponibilizadas pela empresa.

Outro aspecto a ser pontuado, trata-se de certa distorção na definição do Resultado Operacional (RO)², um dos elementos formadores da base de cálculo do balanço social. Nos valores levados em consideração para formação do RO já estavam incluídos o resultado financeiro, descumprindo as instruções propostas pelo IBASE, modelo adotado pela concessionária.

Ao longo do exame realizado nos relatórios socioambientais, foram observadas a ausência e/ou a insuficiência de informações em determinados campos das tabelas destes relatórios indicados para registrar, por exemplo, honorários dos administradores, remuneração dos trabalhadores terceirizados, seleção e avaliação dos fornecedores e quantidade de horas mensais doadas

¹ O Relatório da Administração é apreciado e validado pelo Conselho de Administração e pelo Conselho Fiscal da companhia no final de cada exercício financeiro.

² Resultado vinculado diretamente à atividade principal da empresa, sem inclusão de receitas ou despesas financeiras.

pela empresa para o trabalho voluntário dos seus empregados. Em várias dessas situações, há o preenchimento da sigla ND, que segundo informações da empresa significa “Não Disponível”.

A supressão na apresentação dos relatórios demonstra certa fragilidade na elaboração das informações socioambientais da empresa, carecendo de um procedimento que possa aferir melhor a coerência e a autenticidade das informações prestadas, assim como acontece com as demonstrações financeiras no final de cada exercício.

A seguir serão efetuadas algumas considerações relativas à dimensão econômica, setorial, ambiental, social interna e social externa no âmbito da Celtins.

3.2.1 – Engajamento e estratégias no plano econômico

A Celtins, no plano econômico apresenta certa representatividade no contexto local, por ser considerada empresa de grande porte segundo a categorização do BNDES³, quanto ao faturamento anual bruto.

Um exemplo dessa representatividade econômica é a classificação da empresa entre as 100 maiores empresas em faturamento da Região Norte-Nordeste nos exercícios de 2007 e 2008 (EXAME, 2009). Além de ser a única empresa do Estado do Tocantins no *ranking* do guia Melhores e Maiores publicado pela revista Exame, também esteve dentre as 1000 maiores companhias do Setor de Energia em relação ao faturamento com vendas no exercício de 2009, 2010 e 2011 (EXAME, 2009; 2010; 2011).

De acordo com os dados extraídos da Celtins (2010b), houve crescimento de 16% no fornecimento de energia entre os anos de 2009 e 2010, responsáveis pela receita bruta de R\$ 643,6 e R\$ 792,9 milhões de Reais, auferindo lucro líquido de R\$ 61,5 e R\$ 58,7 milhões de Reais, respectivamente. Seu endividamento financeiro passou de R\$ 202,9 milhões de Reais, em 2009, para 242,3 milhões de Reais, em 2010, devido, sobretudo, à captação de recursos

³ De acordo com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), são consideradas de grande porte, seguindo critérios econômicos, empresas com Receita Operacional Bruta anual superior a 300 milhões de Reais (BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL - BNDES, 2010).

para implementação dos projetos de expansão do sistema e do Programa Luz para Todos (PLT), junto às Centrais Elétricas Brasileiras S.A. (Eletrobrás) e ao Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

Contudo, apesar do grupo Rede S.A. considerar-se tecnicamente hábil e experiente na reorganização e estruturação de empresas com dificuldade financeira e operacional, atuar na Região Norte e circunvizinhança torna-se um desafio pelas suas características físicas, socioculturais e econômicas, dentre as quais se destacam: a dificuldade de acesso, a baixa densidade demográfica, a ausência de infraestrutura básica, a baixa renda *per capita*, e demais implicações que influenciam o desempenho empresarial.

Segundo os informes institucionais, um dos maiores problemas enfrentados pelas empresas do grupo são as perdas técnicas - oriundas da rede de transmissão/distribuição e as perdas comerciais ou não técnicas - oriundas de fraudes e ligações clandestinas (CELTINS, 2009).

Mesmo com o estabelecimento anual de perdas regulatórias⁴, caso esse índice seja ultrapassado, a concessionária deverá arcar com os custos dessas perdas devido à necessidade do cumprimento da meta estipulada anualmente pela ANEEL. Com isso, se torna imperiosa a realização de investimentos em ações que minimizem tais riscos, considerando ainda que, em 2009, foram registrados pela *holding* perdas em torno de R\$ 520 milhões de Reais (PEREIRA, 2010, p.2).

Apesar disso, a Celtins afirma ter obtido uma melhoria significativa em seus índices de perdas globais⁵ entre os anos de 2006 e 2010 (de 18,9% para 14,0%, em respectivo), devido às ações desenvolvidas e aos investimentos realizados. Percebe-se, então, que um vínculo mais estreito com as partes interessadas e com a sensibilização da comunidade em relação ao uso seguro da energia pode auxiliar no combate a esse tipo de intercorrência no negócio. Nota-se que a orientação para o uso racional e consciente da energia faz parte do projeto “é assim que se faz”, executado pela empresa, no qual são realizadas palestras e distribuição de material educativo na comunidade (CELTINS, 2010b).

⁴ Um limite de perda estipulado pela ANEEL que pode ser repassado para o consumidor.

⁵ Somatório das perdas técnicas com as perdas comerciais.

Desse modo, a redução das perdas torna-se um fator estratégico onde questões econômicas se entrelaçam com as sociais. Além de influenciar diretamente o comportamento da receita com vendas, provoca também oscilações nos indicadores operacionais, como a Duração Equivalente de Interrupção por Unidade Consumidora (DEC) e a Frequência Equivalente de Interrupção por Unidade Consumidora (FEC), gerando sobrecarga e danos ao sistema elétrico.

Uma dinâmica empresarial envolvendo o público de interesse pode igualmente contribuir para a redução do custo da energia comprada, já que a energia não é um produto que possa ser estocado. A articulação em torno dos *stakeholders* pode subsidiar a elaboração de um planejamento de compra e venda mais realista com a expectativa de crescimento do Estado. Nesse sentido, a Celtins promove encontros denominados “Ciclo de Palestras” entre a empresa e seus clientes, principalmente aqueles considerados “grandes clientes”, com o intuito de projetar o comportamento da demanda de energia no mercado pelo período de 10 anos (CELTINS, 2010a).

De acordo com informações em seu *website*, a empresa revela ser beneficiária de incentivos fiscais, autorizados em lei, como meio de viabilizar seus investimentos no campo socioambiental, que envolvem a área de educação e cultura, de esporte, de investimentos no fundo da criança e do adolescente, de geração de renda e de desenvolvimento regional (CELTINS, 2011). Essa é uma iniciativa que tem efeito positivo para a empresa, tendo em vista a economia nos pagamentos de tributos pela associação das práticas socioambientais, que além do efeito financeiro propicia também uma mídia promocional a favor da empresa.

3.2.1.1 – Engajamento e estratégias com relação às demandas setoriais

Trata-se, com relação às demandas setoriais, de um ambiente estrategicamente definido com regras claras de operação, com intuito de estruturar, dinamizar e atrair investimentos ao setor.

Diante da necessidade de seguir os parâmetros estabelecidos pela ANEEL, no âmbito do seu poder regulador, a empresa é impelida a seguir critérios estabelecidos em seus atos normativos que em determinados pontos direcionam

o rumo das ações corporativas, pois o descumprimento das normas setoriais podem gerar punições, como advertências e multas pelo inadimplemento contratual.

O assunto é focado por Dias (2009), ao relatar que a ação governamental também pode limitar a liberdade de atuação dos entes econômicos e, em última análise, pode até mesmo invalidar uma concessão, conforme disposto pela Lei 8.987/2005, a depender das condições do fornecimento do serviço. Assim, torna-se imperiosa a observância dos princípios, metas e deliberações da agência reguladora, sob o risco de comprometimento do próprio desempenho empresarial. Nessa perceptiva, Chiavenato (2008) menciona o benefício de uma gestão socioambiental, ao associá-lo aos fins de minimizar os efeitos da regulamentação do governo.

Na Celtins, há registros desse tipo de implicação. Conforme noticiado pelo *website* da Advocacia-Geral da União (AGU), a empresa sofreu execução judicial originária de auto de infração por descumprimento do plano de meta de fornecimento estabelecido pela ANEEL referente ao inadimplemento em 76 áreas de fornecimento durante o ano de 2006, acarretando um prejuízo de cerca de R\$ 800 mil Reais em multa para a empresa (ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO, 2011).

Quadro 9 – Influência normativa das Resoluções da ANEEL na Celtins

| REGULAMENTAÇÕES DA ANEEL | |
|---|--|
| RESOLUÇÃO | ASSUNTO |
| Resolução Normativa 20/1999 | Regulamenta a desvinculação de bens das concessões do serviço público de energia elétrica |
| Resolução da Aneel 138/2000 | Conselho de Consumidores da Área de Concessão |
| Resolução Normativa 540/2002 | Desconto especial nas tarifas para irrigantes (a depender do horário) |
| Resolução Normativa 223/2003 e alterações posteriores | Estabelece as condições gerais para a elaboração dos Planos de Universalização de Energia Elétrica |
| Resolução Normativa 63/2004 | Procedimentos dos atos de fiscalização |
| Resolução Normativa 234/2006 | Metodologia com a taxa de retorno adequada para os serviços de distribuição de energia |
| Resolução Normativa 300/2008 | Aprova o Manual para Elaboração do Programa de Eficiência Energética |
| Resolução Normativa 363/2009 | Trata do atendimento a clientes por meio telefônico |
| Resolução Normativa 373/2009 e Resolução Normativa 414/2010 | Certificação do processo de tratamento de reclamações dos consumidores |
| Resolução Normativa 396/2010 | Institui a contabilidade regulatória |
| Resolução Homologatória 1024/2010 | Reajuste Tarifário Anual |
| Resolução Normativa 414/2010 | Estabelece condições gerais de fornecimento de energia elétrica |

Fonte: (CELTINS, 2009; 2010a; 2010b). Organização: OLIVEIRA, 2012

Assim sendo, zelar pelo atendimento das demandas regulatórias torna-se fator imprescindível na administração dos riscos que envolvem o negócio. Essa influência pode ser notada em várias situações ligadas às atividades da Celtins, como em questões financeiras, patrimoniais, administrativas e operacionais das concessionárias, exemplificadamente demonstradas no Quadro 9.

Nesse contexto, a ANEEL também regulamenta a RSC, tendo por finalidade a adequação das informações de caráter socioambiental à realidade das empresas vinculadas ao setor. Para tanto, foi instituído o Relatório Anual de Responsabilidade Socioambiental das Empresas de Energia Elétrica, por meio do Despacho ANEEL/SFF nº 3.034/2006, seguindo diretrizes de manual próprio para a elaboração dessas informações.

Trata-se de um requisito normativo, com obrigatoriedade de encaminhamento para a ANEEL até o dia 30 de abril do exercício subsequente, inclusive preparado com estrutura e conteúdos definidos pelo órgão regulador. Nesse caso, não há liberdade de escolha, restando apenas o dever cumprir. Esse relatório elaborado pela Celtins tem suas bases no tripé da sustentabilidade, composto de dados qualitativos e quantitativos das áreas econômica, social, setorial e ambiental, registrados nos últimos dois anos em que exhibe descrições, tabelas, quadros, gravuras e fotos, com apresentação do Balanço Social, no modelo IBASE (em anexo).

Assim, como as demais informações socioambientais, são cobrados em seções específicas do relatório socioambiental, dados referentes aos indicadores setoriais como dos programas de eficiência energética e de universalização do acesso à energia que também seguem as diretrizes e orientações emanadas da ANEEL.

A implementação das ações de universalização faz parte de uma política pública de difusão ao acesso a energia elétrica, tanto na área urbana quanto na zona rural. Nesse aspecto, o Programa de Universalização, regido pela Lei 10.348/2002, alterada pela Lei 10.762/2003 e Resolução da Aneel 223/2003, objetiva atender novas unidades consumidoras com carga de até 50kW na zona urbana. Enquanto o Programa Nacional de Universalização do Acesso e Uso da Energia Elétrica Luz para Todos (PLT), que também foi instituído pelo Governo

Federal por meio do Decreto nº 4.873/2003, tem a finalidade de atender os moradores das localidades rurais (CELTINS, 2010a).

Já o Programa Baixa Renda, originariamente baseado na Lei 10.438/2002, agora regido pela Lei 12.212/2010, constitui-se em abatimentos concedidos pelo Governo Federal para as famílias que comprovem não ter condições financeiras, que estejam inscritas em programas sociais do governo e consumam até 220 kWh/mês. O novo regulamento, dentro de parâmetros específicos, também ampliou o benefício para famílias indígenas, quilombolas e com integrantes portadores de doenças que façam uso contínuo de aparelhos que demandem energia elétrica (CELTINS, 2010a).

Dentre os programas ligados à pesquisa e eficiência energética, está o Programa de Eficiência Energética (PEE) propriamente dito, instituído pela Lei nº 9.991/ 2000, com intuito de atuar na racionalização do uso da energia por meio do emprego de equipamentos e processos mais eficientes. Essa mesma Lei criou o Programa de Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico (P&D), como meio de incentivar o aprimoramento tecnológico e a busca por inovações no setor (CELTINS, 2010a).

Conforme pontuado pela Celtins (2010b), existe a obrigação contratual de a empresa aplicar, anualmente, um percentual mínimo da Receita Operacional Líquida (ROL) em ações que atuem no combate ao desperdício e no desenvolvimento tecnológico, distribuídos entre PEE, P&D, Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT) e Estudo de Pesquisa Energética (EPE).

De forma complementar, esses programas relacionam-se com as operações da empresa, agregando valor à cadeia de produção, já que trazem benefícios concretos, como a resolução de problemas por meio da aplicação de novas tecnologias e da redução dos custos para manutenção ou ampliação do sistema elétrico. Então, há um ganho na realização desses investimentos que, embora provenientes de uma compulsoriedade, revertem-se em aumento da visibilidade empresarial, no caso da universalização, assim como em otimização e aprimoramento tecnológico para a própria Celtins, especialmente com os projetos desenvolvidos em parceria com a classe acadêmica.

3.2.2 – Engajamento e estratégias com relação à vertente ambiental

No que tange à vertente ambiental da RSC, a Celtins considera a implantação do Sistema de Gestão Ambiental, Saúde e Segurança do Trabalho (SGASST) como o principal instrumento relacionado aos compromissos da Política de Sustentabilidade para a gestão ambiental (CELTINS, 2010a).

Consolidado em todas as unidades em 2010, esse sistema objetiva:

1. Trabalhar em busca da melhoria contínua das condições da saúde e segurança no trabalho e da preservação do meio ambiente;
2. Assegurar o atendimento aos requisitos legais que impactam diretamente na saúde e segurança do colaborador e no meio ambiente;
3. Eliminar ou minimizar riscos associados às atividades das empresas para os colaboradores e comunidade;
4. Estabelecer uma imagem responsável da organização perante os colaboradores e comunidade (CELTINS, 2010a, p.104).

Segundo as colocações do Coordenador de Meio Ambiente, embora o sistema implantado na empresa seja baseado nas normas internacionais OHSAS 18001 e ISO 14000, este “não foi sinalizado pela alta direção para a sua certificação” (PINTER JUNIOR, 2011).

Trata-se de duas normas distintas que balizaram a implantação do SGASST na Celtins. Todavia, excluir os sistemas de gestão de um processo de verificação externa e de certificação os torna vulneráveis a erros e falhas que podem comprometer e distorcer seus propósitos. Ademais, os organismos habilitados para conceder certificações seguem critérios e normas específicas de análise, conforme pontuados por Oliveira e Albuquerque (2009).

De modo geral, os relatórios socioambientais dos dois períodos analisados expõem mais informações de cunho qualitativo, em que são descritos os procedimentos realizados nas ações de educação ambiental, geração de impactos na produção do serviço, na preservação ambiental e na gestão de resíduos. As campanhas para o consumo consciente fazem parte do “Programa de Educação Ambiental” realizado, internamente, entre os funcionários próprios e os terceirizados, por meio de treinamentos, palestras e meios internos de comunicação; e, na comunidade, por intermédio de orientações nas faturas de energia, palestras em escolas e outras entidades, participação em feiras e eventos, distribuição de livros, jogos de memórias, panfletos, cartazes e folders que abordam a temática ambiental e o uso seguro e consciente da eletricidade.

O desenvolvimento dessas campanhas é uma forma de sensibilizar e chamar a atenção dos *stakeholders* sobre como a empresa está tratando das questões que envolvem o meio ambiente, nas considerações de Muller (2003), criando um ambiente de receptividade e de confiabilidade para a consecução de objetivos correlatos.

Sobre a geração de impactos e conservação do meio ambiente, a Celtins relata o esforço em efetuar a regularização ambiental dos seus empreendimentos. Descreve também as medidas tomadas quanto aos impactos causados pelo vazamento de óleo de equipamentos e transformadores desativados, assim como os efeitos ambientais deixados pela inclusão de linhas e redes de distribuição do Programa Luz para Todos (CELTINS, 2009).

Dentro do “Programa de Preservação da Biodiversidade”, apontou-se a implantação de cabos multiplexados⁶ em 19,13% da rede na área urbana, a instalação de 9.132 cruzetas ecológicas⁷, além da substituição dos postes de madeira por cimento e outros insumos alternativos. Essas ações atuam não somente na diminuição do risco de acidentes e na preservação ambiental, mas colaboram para a eficiência empresarial, na medida em que proporcionam, entre outros aspectos, a redução da quantidade de desligamentos com o uso dos cabos multiplexados, influenciando diretamente os indicadores operacionais DEC e FEC (CELTINS, 2010a).

Com relação ao manejo dos resíduos, a empresa declara a operacionalização do “Programa de Gestão de Resíduos”, no qual são efetuadas ações de descarte de maneira ambientalmente correta dos materiais considerados perigosos em suas atividades. Foi destacada, ainda, a iniciativa de reaproveitamento de alguns materiais reciclados, processo que, segundo a empresa, “permitiu aliar a preservação ambiental à otimização de custos” (CELTINS 2010a, p. 107).

Nessa mesma abordagem, também são apresentadas outras ações que, na percepção da empresa, atuam tanto na diminuição do consumo quanto na otimização dos custos, como os investimentos em infraestrutura, a aquisição de aparelhos de refrigeração com moderna tecnologia e a renovação da frota de

⁶ Cabos de alumínio isolado para baixa tensão.

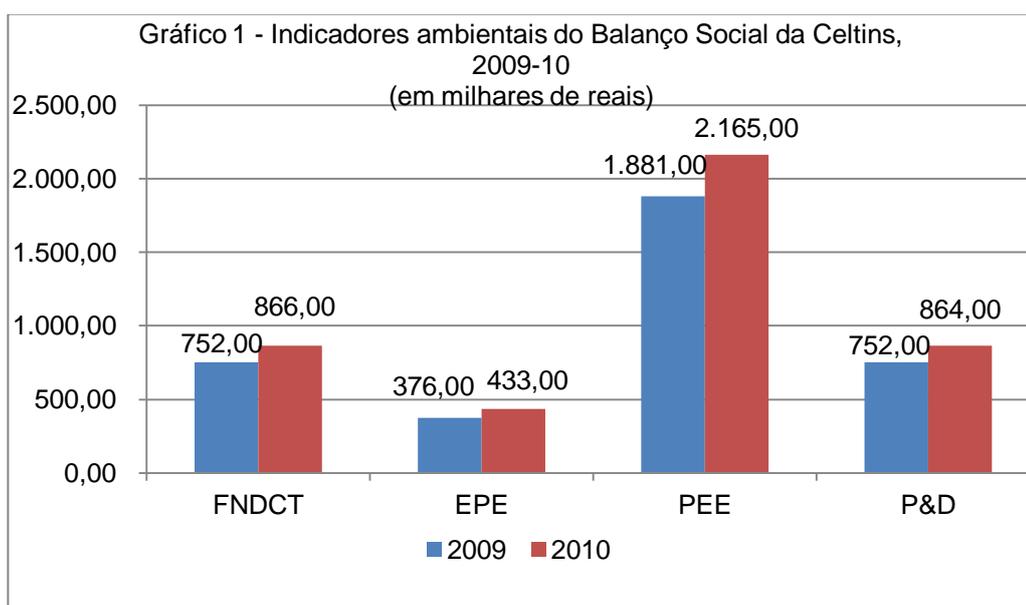
⁷ Material produzido a partir da reciclagem de polietileno e bagaço de cana-de-açúcar.

veículos, dentre outras. Tais ações proporcionam maior eficiência econômica ao passo que tratam das questões ambientais. Por outro lado, o Coordenador de Meio Ambiente relatou que, devido o alto custo que envolve o processamento fora do Estado, há uma inviabilidade econômica para a execução de alguns projetos na gestão de resíduos (PINTER JUNIOR, 2011).

O “Programa de Política e Processos de Gestão Ambiental” aborda o envolvimento corporativo da Celtins com diversas entidades representativas nas discussões de políticas públicas, municipal e estadual, sobre o meio ambiente. Nesse programa, foram incluídas as participações nos eventos ligados à Semana do Meio Ambiente, com destaque para o apoio dado ao município de Palmas, com relação ao plano de prevenção, controle e combate às queimadas, em 2010, fato em que se visualiza a abordagem utilitária da RSC, conforme relatado:

Com a parceria, a empresa auxiliou no trabalho de redução das queimadas no município, principalmente nas faixas de segurança das linhas de energia elétrica e no entorno de subestações, evitando a interrupção de energia causada pelas queimadas (CELTINS, 2010a, p. 108).

Cabe ainda ressaltar que a ausência de preenchimento total das tabelas reservadas aos indicadores ambientais nos relatórios e, principalmente, a falta de metas ambientais a serem alcançadas revelam-se conflitantes para uma empresa que tem experiência em elaborar esse tipo de informação. Essas medidas poderiam ajudá-la a corrigir e aprimorar suas ações e impactos ambientais ao longo do tempo.



Fonte: Celtins (2010b). Organização: OLIVEIRA, 2012.

Observou-se que, no campo destinado aos indicadores ambientais do balanço social, também não existem metas anuais a serem atingidas. Além disso, os investimentos elencados, nesse item, referem-se aos programas setoriais já regulados pela ANEEL, como P&D, PEE, FNDCT e EPE, conforme Gráfico 1, deixando de serem evidenciados os valores investidos nos demais programas e projetos externos, como por exemplo, as aplicações efetuadas no “Projeto Nego D’água”.

As informações registradas no Balanço Social têm características quantitativas, não apresentando maiores detalhes sobre as aplicações efetuadas no plano ambiental. Contudo, pode ser verificada a equivalência entre resultados dos indicadores ambientais com total dos investimentos destinados a atender os programas de eficiência energética e pesquisa e desenvolvimento no exercício de 2010, perfazendo um total de R\$ 4,3 milhões de Reais (CELTINS, 2010b). Nesse caso, os valores são erroneamente elencados como indicadores ambientais, pois os mesmos se referem às demandas setoriais, caracterizando-se assim, numa acomodação do balanço social, sobretudo ao interesse corporativo.

A maior parte dos projetos de P&D está relacionada à melhoria da gestão ou dos processos corporativos, distribuídos nas temáticas de Planejamento e Operação, Supervisão, Controle e Proteção, Qualidade e Confiabilidade e Eficiência Energética; que, conforme apontamentos do relatório busca alcançar o retorno do investimento realizado, tendo como percentuais mínimos para investimentos, em 2009, o correspondente a 0,20% da Receita Operacional Líquida. Em decorrência disso, observou-se que os percentuais destacados para o meio ambiente sobre o total dos investimentos realizados nesse programa totalizaram apenas 6,4%, em 2009, sem registros de aplicação em 2010 (CELTINS, 2010a).

Com isso, percebe-se que essas aplicações, já caracterizadas pelo fator regulatório e que se revertem em investimentos na própria empresa, ainda são computadas no balanço social como investimentos destinados ao meio ambiente.

Portanto, tais investimentos são caracterizados por ações preventivas ou compensatórias, seja pela utilização dos recursos naturais, seja pelos impactos causados ao meio ambiente, estando relacionados não tão somente à sustentabilidade ambiental, mas também às soluções que visam otimizar seus

resultados em decorrência da ação empresarial.

3.2.3 – Engajamento e estratégias com relação à atuação social interna

A Celtins, no que concerne à atuação social interna, apresenta em seus relatórios, ações empreendidas aos seus funcionários próprios, considerados pela empresa como público interno, destacando-se a implementação do Projeto Pessoas, que integra o Programa Evoluir, já mencionado anteriormente. Esse projeto Pessoas engloba seis ações que objetivam motivar e engajar os colaboradores em suas atividades, abrangendo a qualidade de vida, a divulgação do plano de cargos e salários, a educação corporativa, o acompanhamento do desempenho, a melhoria do clima organizacional e a estruturação dos processos de gestão.

Percebe-se o interesse da empresa em alinhar a gestão de pessoal às estratégias do negócio para que os recursos humanos não se tornem uma barreira para a consecução dos resultados.

De acordo com os entrevistados, as ações socioambientais são incorporadas ao cotidiano da empresa, principalmente, por meio da política interna e das ações desenvolvidas para os trabalhadores (PINTER JUNIOR, 2011; DRUMOND, 2011).

Nesse sentido, a Celtins apresenta um pacote de benefícios aos funcionários e dependentes constituído por assistência médica e odontológica, previdência privada complementar, reembolso de medicamentos, seguro de vida, bolsas de estudos, empréstimo financeiro para os optantes da previdência privada, empréstimo consignado, vale alimentação, gratificação de férias, vale transporte, brinquedos de natal, cestas de natal, auxílio funeral, vacinas, complementação de auxílio doença, concessão de uniforme para área operacional, adiantamento quinzenal, adiantamento do 13º salário, programa de participação nos resultados condicionado às metas, clube recreativo e auxílio creche (CELTINS, 2009). Contudo, observa-se que em sua maioria são benefícios já regulamentados pela legislação em vigor no país.

Ainda com relação às ações sociais internas, registra-se a implementação do Sistema de Gestão Ambiental, de Saúde e Segurança do Trabalho (SGASST),

a realização de palestras voltadas para saúde e educação, ginástica laboral e atividades recreativas em eventos como a Semana da Sustentabilidade realizada, anualmente, desde 2009 (CELTINS, 2010a).

Tais medidas são percebidas por Srouf (2008) como forma de criação e manutenção de um ambiente propício para o comprometimento e elevação da produtividade no ambiente laboral. Além disso, destaca-se o interesse em “posicionar a Celtins como modelo de gestão de pessoas, gerando uma imagem positiva para o público externo” (CELTINS, 2010a, p. 45).

A composição da força de trabalho na Celtins é, conforme Tabela 2, dividida entre os funcionários próprios, que totalizaram, em 2010, 54,0% do total; os postos de trabalho terceirizados, que alcançaram, em 2010, 43,2%; e os estagiários, que atingiram, em 2010, 2,9% (CELTINS, 2010b).

Tabela 2 - Composição da força de trabalho na Celtins, 2010.

| Trabalhadores | 2009 | | 2010 | | % de evolução |
|-----------------------|-------|------------|-------|------------|---------------|
| | Total | % no total | Total | % no total | |
| Funcionários próprios | 774 | 54,4 | 773 | 54,0 | -0,1 |
| Terceirizados | 615 | 43,2 | 618 | 43,2 | 0,5 |
| Estagiários | 33 | 2,3 | 41 | 2,9 | 24,2 |
| Total | 1.422 | 100,0 | 1.432 | 100 | 0,7 |

Fonte: Celtins (2010b). Organização: OLIVEIRA, 2012.

Esse cenário marca um contrassenso aos princípios e valores da RSC em decorrência da viabilidade de garantias e benefícios assimétricos para aqueles que atuam nos limites da empresa, pois na prática o corpo funcional abrange tanto os funcionários próprios quanto os terceirizados. Tal fato é justificado em relatório como meio de alavancar a competitividade e lucratividade corporativa por intermédio da utilização de serviços de apoio ou acessórios (CELTINS, 2010a).

No entanto, pode-se observar em matéria noticiada no *website* CONEXÃO TOCANTINS (2011a) que, além da contratação das atividades de apoio, a empresa também contrata terceirizados para suas atividades-fim, como as atividades de ligação, religação, leitura de faturamento, plantão e manutenção geral.

O argumento para terceirização é corroborado por Tachizawa (2011), quando afirma ser uma tendência explicada pela redução dos encargos trabalhistas.

Conforme Tabela 3, a prática da terceirização pode ser vantajosa para os fins econômicos, pois contribui para a diminuição dos custos finais com a mão de

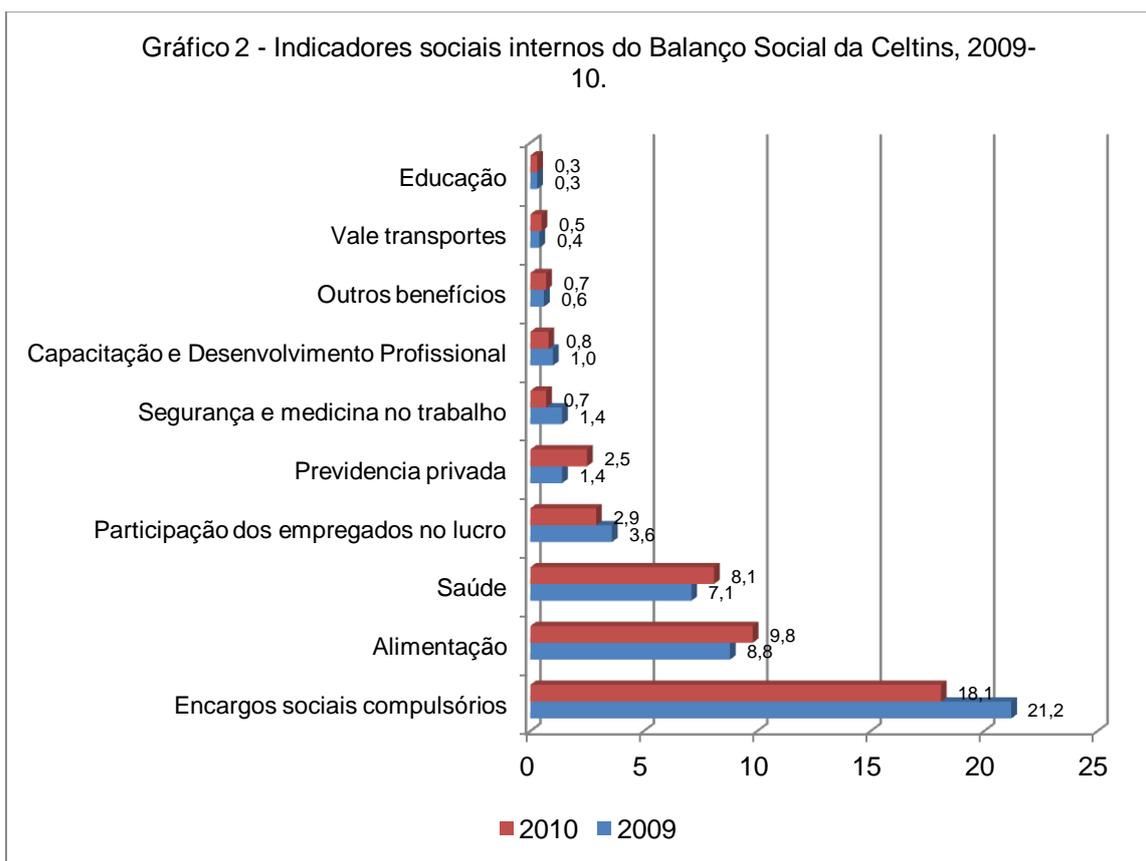
obra utilizada no empreendimento. Nesse caso, gerou-se uma economia considerando que nos custos dos terceirizados a Celtins não arca com os encargos sociais, os custos com os funcionários próprios são mais elevados justamente pela tributação social.

Tabela 3 - Relação do custo total anual com funcionários próprios e com terceirizados na Celtins, 2010 (em milhares de Reais).

| Trabalhadores | 2009 | 2010 |
|-----------------------|--------|--------|
| Funcionários próprios | 36.212 | 43.689 |
| Terceirizados | 30.613 | 29.909 |

Fonte: Celtins (2010a). Organização: OLIVEIRA, 2012.

No Gráfico 2, pode ser observado que a maior representatividade sobre a Folha de Pagamento Bruta (FPB) está nos encargos sociais compulsórios, elemento proveniente das contratações de funcionários efetivos da empresa, com a obrigação de recolhimento. Por conta disso, o fenômeno da terceirização é empregado para reduzir justamente as despesas com esse item.



Fonte: Celtins (2010b). Organização: OLIVEIRA, 2012.

Já o elemento com menor representatividade, em relação à FPB, é a educação promovida no âmbito interno, que apresentou os mesmos percentuais de aplicação (0,30) para os exercícios de 2009 e 2010. Embora a educação seja

um dos itens mais pontuados no discurso da empresa, apresenta-se com o menor percentual de aplicação dentre os indicadores sociais internos do balanço social que na sua maioria se traduzem em diretrizes legais em vigor.

Em contrapartida, a Celtins expõe em seus relatórios que faz o monitoramento dos contratos com seus prestadores de serviços terceirizados. Nesse sentido, a empresa afirma, em seus balanços sociais, exigir os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados por ela (CELTINS, 2010a).

Embora haja contestações como as anunciadas no *website* CONEXÃO TOCANTINS (2011b) que destaca a manifestação dos eletricitários terceirizados por melhores condições de trabalho e salário, um fato que se aponta incoerente ao cenário de uma empresa com assumida responsabilidade socioambiental.

Pois, cabe ressaltar que a responsabilidade é inerente aos riscos assumidos para a realização do negócio e envolve todos aqueles ligados ao ciclo produtivo da empresa, como fornecedores, colaboradores, clientes, comunidade circunvizinha e sociedade de forma geral, para além dos limites físicos da empresa.

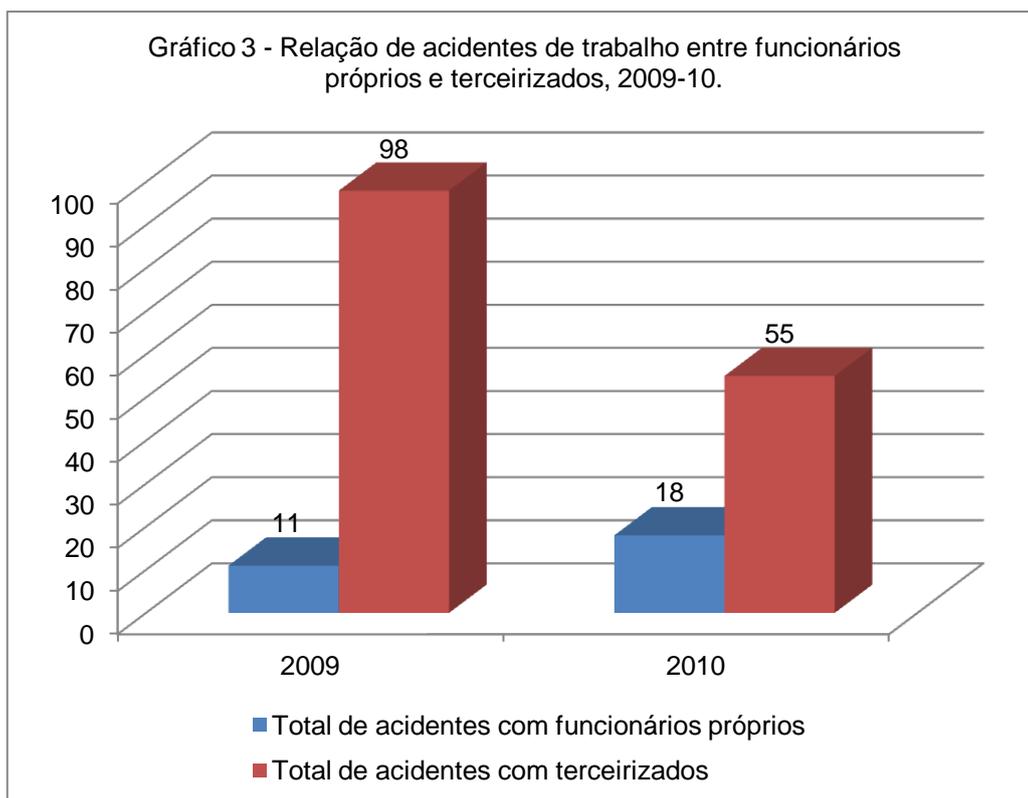
De toda forma, o monitoramento das ações socioambientais possui, na maioria das vezes, revestimento legal envolvendo questões trabalhistas, fiscais ou regularizações ambientais. Nesse sentido, para que a Celtins não seja enquadrada em responsabilidade subsidiária com seus contratados, ela realmente necessita fazer certo acompanhamento.

Em última hipótese, essa inobservância pode terminar em ações judiciais geradoras de obrigações trabalhistas, previdenciárias, dentre outras, com efeito negativo para a imagem da empresa junto aos seus atores sociais de interesse.

Uma ação realizada para minimizar esses efeitos negativos está na criação, em 2009, do Manual de Avaliação de Fornecedores; desenvolvido, por um comitê próprio, a fim de tratar de fatores como os relacionados às condições de trabalho oferecidas aos funcionários, aos acidentes de trabalho e equipamentos de proteção, à postura dos funcionários perante o consumidor, às obrigações fiscais e trabalhistas e à qualidade dos serviços prestados.

A Celtins, em 2010, aderiu ao Programa de Desenvolvimento de Fornecedores (PDF)⁸, com a finalidade de qualificar e adequar seus fornecedores nos padrões de prestação de serviço desejado.

A intensificação desse monitoramento pode ter conexão com os altos índices de acidentes de trabalho registrados com os terceirizados em relação aos funcionários próprios, como demonstrado no Gráfico 3.



Fonte: Celtins (2010a). Organização: OLIVEIRA, 2012.

Paralelamente, observou-se a implementação de uma série de ações destinadas a restringir a ocorrência de acidentes, como a implantação do SGASST, iniciada em 2009, do Projeto SESMT Integrado, da realização da Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT), e do lançamento do Projeto Segurança em Primeiro Lugar, com um escopo focado em auditorias e inspeções das equipes de trabalho (CELTINS, 2010a).

A elevação dos indicadores de acidentes no trabalho também acarreta prejuízos na reputação da empresa, destacando-se na mídia de forma negativa e,

⁸ Programa realizado pelo IEL Tocantins, em parceria com o Sebrae, a Secretaria Estadual da Indústria e Comércio, o Sindicato das Indústrias da Construção Civil do Tocantins (Sinduscon-TO) e o Serviço Social da Indústria (Sesi), com o objetivo de qualificar pequenos fornecedores para grandes indústrias.

principalmente, em seus resultados financeiros, com o aumento de despesas indenizatórias.

Quanto à ocorrência de acidentes de trabalho com os funcionários próprios, percebe-se uma discordância entre os números apresentados nos relatórios e no Balanço Social analisado. Porém, há destaque em seus informes de que “a Celtins não registra acidentes fatais com eletricitistas próprios desde 2008” (PEREIRA, 2011b, p. 2).

Contudo, essa questão é pontuada de forma inversa pelo presidente do Sindicato dos Trabalhadores em Eletricidade no Estado do Tocantins (STEET), Sérgio Fernandes, ao frisar que:

Esses acidentes acontecem e vão continuar ocorrendo, enquanto a Celtins não corrigir a sequência de erros que comete e permite que prestadoras de serviços cometam, como a falta de planejamento de trabalho, de capacitação à altura dos profissionais, de acompanhamento e fiscalização, além da falta dos equipamentos de proteção individuais e coletivos ou de uso destes, necessários para a realização das tarefas (CONEXÃO TOCANTINS, 2011b, sp.).

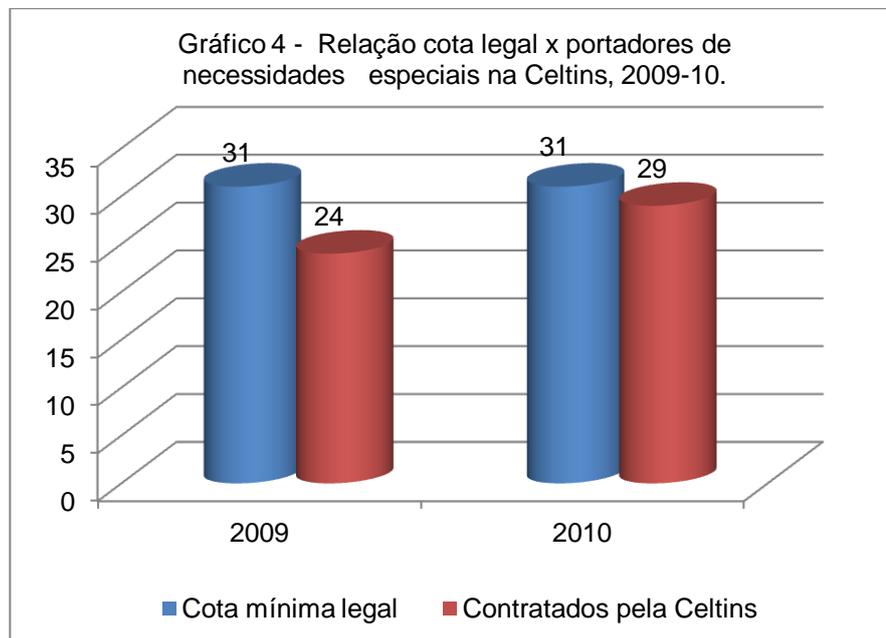
A Celtins também salienta, em seus relatórios, atenção ao investimento em auxílio creche, conforme descrição: “como a educação é um valor de extrema importância para a Celtins, ao oferecer o auxílio creche, a empresa garante condições apropriadas aos filhos dos colaboradores” (CELTINS, 2010a, p. 48).

Todavia, esse benefício aparece conjugado com outros nos relatórios, e no Balanço Social apresentado sem indicação de valores nesse item específico. Assim, tal informação deixa a desejar pela falta de clareza na identificação do montante aplicado, tendo em vista ser um direito constitucionalmente adquirido; além do que, as mulheres compõem, aproximadamente, 25% dos funcionários da empresa, segundo dados do Balanço Social (CELTINS, 2010b).

Com relação à política de inclusão social dos portadores de necessidades especiais ao mercado de trabalho, a Celtins tem usado suas faturas de energia para estimular a integração desse público, porém nos anos de 2009 e 2010 não foi atingida a cota mínima exigida por Lei, conforme destacado no Gráfico 4.

A Lei 8.213/91 estabelece cota mínima para contratação de reabilitados e portadores de deficiência. Segundo a previsão dessa Lei, a Celtins se enquadra no dever legal de contratar 4% sobre o total dos seus empregados. Desta forma, para alcançar a exigência mínima definida em lei seria preciso que a empresa

fizesse a contratação de 31 funcionários portadores de necessidades especiais, tanto em 2009 quanto em 2010.



Fonte: Celtins (2010b). Organização: OLIVEIRA, 2012.

As ações de voluntariado não são coordenadas ou estimuladas pela Celtins, pois segundo a Gerente de Comunicação e Responsabilidade Social tais ações não integram o programa de sustentabilidade da empresa. A Celtins somente apoia a iniciativa de alguns colaboradores fornecendo-lhes espaço físico, recursos materiais e divulgação interna (DRUMOND, 2011).

Dentre as iniciativas, destaca-se o grupo denominado Energia Voluntária, formado por apenas 1,9% do total dos empregados (CELTINS, 2009). Trata-se de uma iniciativa espontânea e, embora haja o relato sobre a flexibilização de horário para essas atividades, não há registro nos relatórios sobre a quantidade de horas mensais doadas pela empresa para o trabalho voluntário dos seus funcionários.

De toda forma, essa mobilização voluntária, no sentido de promover ações que beneficiem a comunidade externa, gera impactos favoráveis à empresa no sentido de contribuir para a divulgação da sua imagem ligada às ações sociais, influenciando a opinião pública para manutenção de laços com a sociedade.

3.2.4 – Engajamento e estratégias com relação às ações sociais externas

No campo das ações socioambientais externas, foi identificada a mobilização da Celtins em interagir com o público externo, diretamente,

relacionado com sua atuação empresarial, conforme alistados nos relatórios de responsabilidades socioambientais e demais documentos institucionais, são eles: clientes e consumidores, fornecedores, comunidade e o governo.

A Celtins apresenta uma estrutura de atendimento ao cliente segmentada em três unidades administrativas, justificada em razão das diferentes demandas que nelas se enquadram, a saber: Coordenação de Grandes Clientes, Gerência de Relacionamento com Poderes Públicos e Coordenação de Atendimento ao Cliente (CELTINS, 2010a).

As unidades ligadas aos grandes clientes e ao poder público possuem gestores específicos, para os clientes ligados à baixa tensão a empresa sistematizou variados canais de relacionamento. Nessa relação da concessionária com consumidores, há uma ênfase nas ações que envolvem os canais disponibilizados para atendimento e comunicação com a empresa, inclusive regulamentada pela Resolução 414/2010 da ANEEL.

Já a Resolução ANEEL 373/2009 determina as normas sobre a estratificação das reclamações recebidas pela empresa que, em 2010, totalizaram 227.724 das quais 210.082 corresponderam à interrupção do fornecimento de energia. Nesse sentido, houve investimentos da empresa para a implementação dessas resoluções culminando na ampliação e diversificação do rol de atendimento aos clientes, estendendo-se, inclusive, a todos os municípios do Estado.

Segundo os dados apresentados na Celtins (2010b, p. 1), em decorrência dessas ações, foi possível perceber a ampliação no atendimento ao consumidor em 2010, registrando um aumento de 14% em relação ao ano de 2009, pelo Centro de Atendimento ao Cliente (CAC), e um acréscimo de 24% em relação também a 2009 pela Agência *Web*.

Dentre os mecanismos de relacionamento evidenciados nos aportes documentais, estão o CAC convencional e o organizado para o atendimento aos grandes clientes, as agências de atendimento presenciais, a Agência *Web*, a instalação de *totens* nas principais agências, os serviços comerciais via correio, a central de atendimento aos clientes portadores de deficiência auditiva ou de fala e a Ouvidoria (CELTINS, 2010b).

Conforme reconhecido pela Celtins (2010a) essas ações de capacitação e apoio nas atividades dos colaboradores diretamente envolvidos na área do atendimento proporcionam melhorias nos indicadores internos, principalmente no absenteísmo, um fato abonado por Laville (2009), no que tange a RSC interna. Esse índice refere-se à ausência por falta ou atraso dos funcionários ao trabalho, que, por sua vez, reflete na produção e nos resultados da empresa.

Além das avaliações e acompanhamentos já realizados com seus fornecedores, em 2010, a Celtins ingressou também no Programa de Desenvolvimento de Fornecedores do Tocantins (PDF-TO). Nessa empreitada, as empresas fornecedoras devem adequar-se às regras do programa e fazer os devidos ajustes no sentido de implementar sistemas de gestão que assegurem a qualidade dos produtos e serviços prestados.

O aprimoramento empresarial engloba temas sobre gestão, qualidade e produtividade, segurança e saúde do trabalho, meio ambiente e responsabilidade social. Ao final, e de acordo com a avaliação feita pelo Comitê Gestor do programa, o participante poderá receber a certificação de “Fornecedor Qualificado” (CELTINS, 2010a). No Quadro 10, segue a relação das empresas participantes do Programa de Desenvolvimento de Fornecedores do Tocantins.

Quadro 10 - Empresas vinculadas à Celtins que participam do PDF-TO, 2012.

| Programa de Desenvolvimento de Fornecedores do Tocantins (PDF-TO) |
|--|
| 1. Cetel Instalações Elétricas Ltda; 2. Comando Norte Construtora Ltda; 3. Dedetizadora Dddrin Ltda; 4. Dínamo Engenharia Ltda; 5. Eletrotins Projeto e Construção Ltda; 6. Enecol, Construção, Engenharia e Manutenção Ltda; 7. Prestabem Comércio de Materiais Elétricos Ltda; 8. Protectel Engenharia; 9. Public Propaganda e Marketing Ltda; 10. Selvat Serviços de Eletrificação Ltda; 11. Transformadores Intel. |

Fonte: RODRIGUES (2012). Organização: OLIVEIRA, 2012.

Uma iniciativa de capacitação e acompanhamento mais rigoroso dos serviços prestados pelos seus fornecedores pode auxiliar no aprimoramento dos controles e dos processos organizacionais.

Com relação aos projetos desenvolvidos na comunidade, a Fundação Aquarela trata-se de um braço social do grupo Rede S.A. que, apesar de ser apontada como “o mais importante projeto social apoiado pela Celtins”, Celtins

(2009, p. 9), emblematicamente, esta Fundação não atua nos limites do Estado do Tocantins. As suas atividades, de fato estão relacionadas ao campo da educação e do esporte, todavia as ações da Fundação Aquarela são executadas em outras localidades, onde o grupo Rede S.A. atua com os projetos na Escola Nuremberg Borja de Brito Filho, em Belém (PA), e também na Rede Atletismo Novos Talentos e Cidadania no Campo em Bragança Paulista (SP) (CELTINS, 2009).

Com base na abordagem contratual da RSC, o envolvimento comunitário funciona como meio de arregimentar apoio em torno da dinâmica corporativa, influenciando os *stakeholders* numa cadeia relacional mais harmoniosa, que visa o desenvolvimento das atividades empresariais.

O trecho citado abaixo denota a articulação dos interesses empresariais às demandas da comunidade:

Como formadora de cultura, a empresa, por meio da arte, sensibiliza as comunidades no que se refere ao consumo consciente da energia elétrica e oferece apoio técnico para a redução de consumo, especialmente para a população de baixa renda, em ações que atendem simultaneamente ao interesse do negócio e da sociedade (CELTINS, 2009, p. 81).

Nesse contexto, a Celtins executa sua política social externa, em projetos próprios, por meio de parcerias com entidades sociais e entes governamentais e por meio de apoio concedido a projetos na comunidade, que, de acordo com o Coordenador de Meio Ambiente, seguem um alinhamento com a visão e os objetivos da empresa (PINTER JUNIOR, 2011).

Essas ações, conforme descrito nos relatórios analisados, abrangem as áreas de educação, cultura, esporte, direito da criança e do adolescente e geração de emprego e renda.

Diretamente relacionado aos direitos das crianças e à geração de emprego e renda, a empresa assinalou, em 2009, investimentos na ordem de R\$ 130 mil Reais com os recursos do Fundo da Criança e do Adolescente, distribuídos entre os projetos da Comunidade de Saúde, Desenvolvimento e Educação (Comsaúde), Associação Sementes do Verbo e Centro de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente (CEDECA).

Esses projetos sociais, que envolvem as áreas da educação, cultura e esporte, agregam maior valor à empresa, que ganha apoio e repercussão social em função da carência dessas ações no Tocantins.

Destacam-se, ainda, os subsídios para instituições que promovem a integridade e a recuperação física e social, como a Liga Feminina de Prevenção e Combate ao Câncer, Fazenda da Esperança e Associação de Apoio às Famílias e à Recuperação do Ex-Presidiário.

No Programa de Consumo Consciente, seguem as ações que de maneira sistematizada objetivam conscientizar a sociedade em geral sobre a necessidade de usar a energia racionalmente, para que não haja sobrecarga no sistema nem ocorram riscos de apagões.

O projeto “É assim que se faz” é um exemplo dessas medidas externas, que, assim como outras atividades realizadas, tem o intuito de influenciar o comportamento dos consumidores sobre o uso da energia. Também foram distribuídos para a Secretaria de Educação do Estado do Tocantins (SEDUC-TO) 6.500 exemplares do livro “Lelê e Trix - O Gigante Monstruoso do Lixo”, patrocinado pela empresa, que trata de questões ambientais (CELTINS, 2010a, p.77).

O projeto “Luz em Conta” teve a particularidade de estar diretamente vinculado ao programa regulado de “Eficiência Energética”, pois, no mínimo 50% dos valores reservados nesse programa, deveriam ser investidos em projetos para as comunidades de baixa renda (CELTINS, 2009).

Com a intenção de substituir as lâmpadas incandescentes por lâmpadas fluorescentes compactas e as geladeiras antigas por geladeiras de uma porta com o Selo Procel, esse projeto foi concluído em 2011, com os números de geladeiras e lâmpadas substituídas, conforme elencados na Tabela 4.

Tabela 4 - Números do Projeto Luz em Conta, executado pela Celtins, 2009-11.

| Ano | Total de geladeiras entregues | Total de lâmpadas substituídas |
|------|-------------------------------|--------------------------------|
| 2009 | 0 | 0 |
| 2010 | 1.005 | 24.000 |
| 2011 | 664 | 8.235 |

Fonte: RODRIGUES (2012b). Organização: OLIVEIRA, 2012.

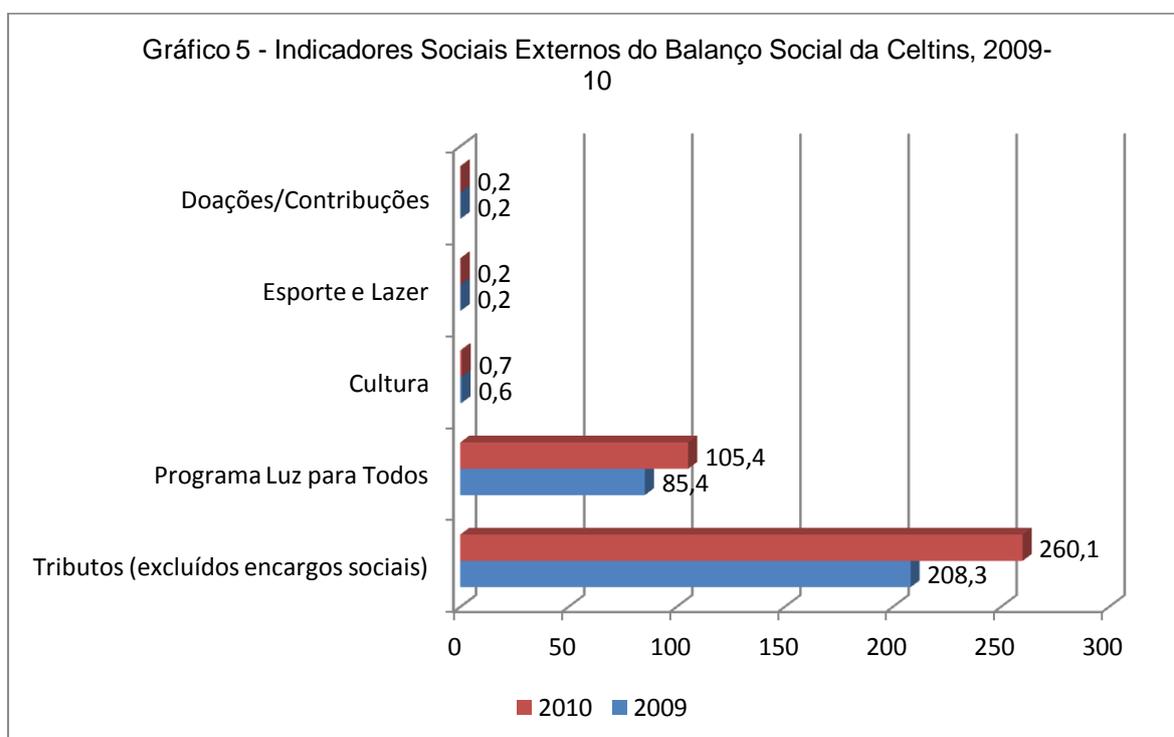
Com isso, sua finalidade foi prevenir o desperdício no consumo, mas também pretendeu tornar a conta de energia mais equilibrada para que o consumidor carente tivesse condições de quitá-la. Afinal, os equipamentos mais

antigos causam desperdício e sobrecarga no sistema elétrico, que, por sua vez, gera a necessidade de ampliação do fornecimento, o que ocasiona mais impacto.

Além das implicações sociais e ambientais dessa ação, nota-se a própria necessidade da empresa em reduzir suas perdas operacionais como ainda diminuir as despesas com a inadimplência no pagamento da conta de energia. A Celtins ressalva que as geladeiras recolhidas foram enviadas para reciclagem, a fim de serem reutilizadas em um novo processo industrial (CELTINS, 2010a).

No desenvolvimento das ações socioambientais, a Celtins interage com organizações sociais, organismos internacionais, entes do governo, dentre outros. Essa participação nas políticas governamentais como a universalização, a eletrificação rural e tarifa baixa renda, embora seja um compromisso regulado, na realidade, contribui para a disseminação das suas atividades corporativas.

Verifica-se, no Gráfico 5, que o Programa Luz para Todos (PLT) e os Tributos (excluídos encargos sociais) constituem as maiores aplicações da empresa com relação aos indicadores sociais externos apresentados no Balanço Social. Tanto os investimentos em Doações/Contribuições quanto em Esporte e Lazer permaneceram em 0,2% em 2009 e 2010, e a Cultura teve uma aplicação de 0,6% do RO em 2009 e 0,7% desta em 2010.

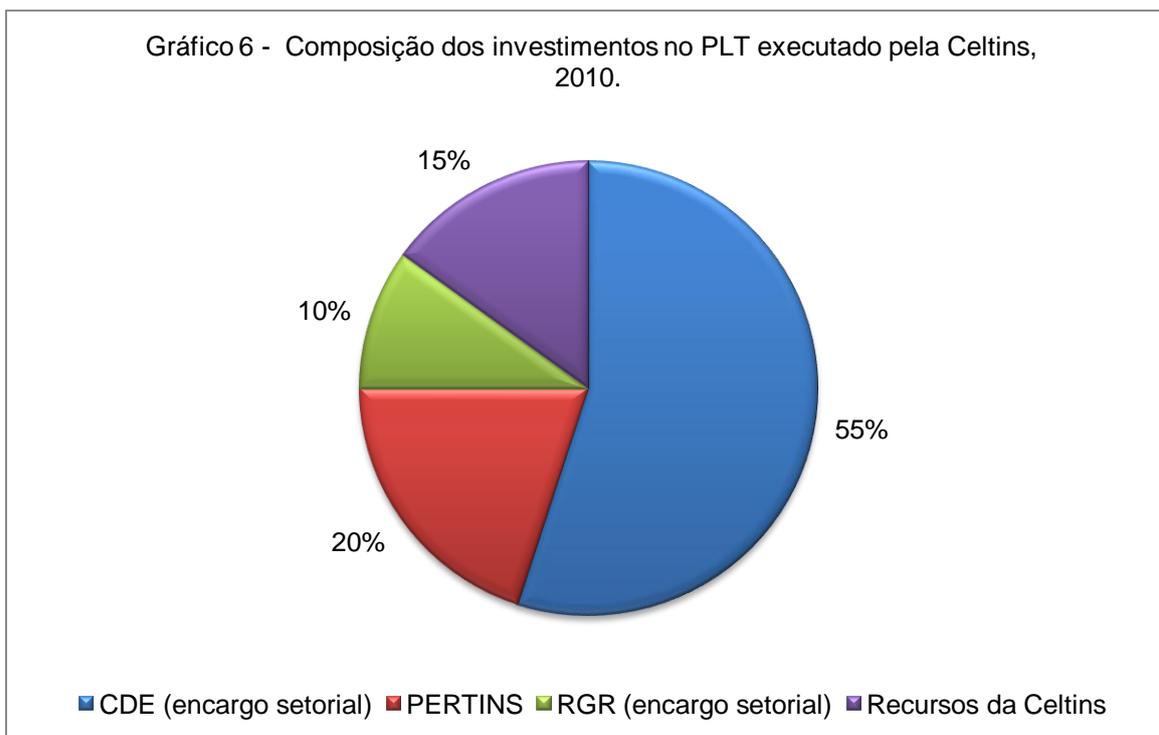


Fonte: Celtins (2010b). Organização: OLIVEIRA, 2012.

A Celtins aponta no PLT o atendimento, em 2009, de 7.478 unidades consumidoras e investidos R\$ 69 milhões e, em 2010, foram ligadas 8.432 unidades consumidoras, com investimentos de R\$ 78 milhões (CELTINS, 2010a).

Apesar de ser um investimento de compromisso regulado, a participação da Celtins corresponde a apenas 15% do montante total do PLT aplicado no Tocantins, um percentual baixo ponderando o retorno econômico que esse programa gera para a Celtins a partir da inclusão de novos consumidores em seu rol de clientes, tal programa pode ser considerado mais econômico que social. Em contrapartida o Estado do Tocantins tem a sua contribuição de 20%, em materiais remanescentes do Programa de Eletrificação Rural do Tocantins (PERTINS), enquanto os demais recursos são provenientes dos próprios consumidores, via pagamento da fatura de energia onde estão embutidos os encargos setoriais como a Conta de Desenvolvimento Energético (CDE) 55% e a Reserva Global de Reversão (RGR) 10%, conforme Gráfico 6.

De qualquer maneira, como agente executora do PLT no Estado, a empresa acaba sendo beneficiada também pelo envolvimento na operacionalização dessas ações junto às comunidades rurais, pela razão de estar na linha de frente do serviço, estabelecendo contato direto com os cidadãos recebedores da benfeitoria.



Fonte: Celtins (2010b). Organização: OLIVEIRA, 2012.

Cabe ainda ressaltar a importância das parceiras com organismos notoriamente reconhecidos como a ONU e o UNICEF, pois há praticidade e economia operacional ao apoiar projetos previamente formatados, que, por sua vez, contribuem para o reconhecimento social das empresas investidoras.

Em se tratando de apoiar o cumprimento das “Metas do Milênio”, a empresa enquadra e relaciona suas ações ou projetos a cada um dos oito objetivos definidos no encontro da “Cúpula do Milênio”, em 2000. Já no “Agenda Criança Amazônia”, em parceria com o UNICEF, a empresa concede estrutura logística para que o consumidor contribua com o projeto, por meio de uma fatura mensal extra no valor de 2,00 Reais (CELTINS, 2010a). Tais iniciativas tornam-se proveitosas ao vincular a imagem da concessionária a organismos mundialmente prestigiados. E, no caso do “Agenda Criança Amazônia” o cliente da Celtins se caracteriza em fonte direta de financiamento do projeto via pagamento mensal vinculado a conta de energia.

Assim, ao endossar os programas “Objetivos de Desenvolvimento do Milênio”, “Agenda Criança Amazônia” e “Por uma Infância sem Racismo”, a Celtins contabiliza ação socioambiental, ao mesmo tempo em que eleva seu respaldo no cenário em que opera, segundo as ponderações de Daher *et al.* (2007).

De modo geral, toda essa articulação sociopolítica em torno das partes interessadas contribui de maneira positiva para a gestão da reputação no ambiente setorial. Nessa perspectiva, o quadro 11 indica alguns desses efeitos.

Quadro 11 - Efeitos das ações de responsabilidade social de acordo com o *stakeholder* envolvido

| Stakeholders envolvidos | Oportunidades (ganhos de reputação) | Minimização de riscos |
|-------------------------|-------------------------------------|--|
| Comunidade | Criação de legitimidade | Minimizar risco de má aceitação e conflitos |
| Mídia | Cobertura favorável | Minimizar risco de cobertura desfavorável |
| Ativistas | - | Minimizar risco de boicote |
| Investidores | Geração de valor | Minimizar risco de fuga de investidores |
| Funcionários | Aumento do comprometimento | Minimizar risco de comportamento |
| Consumidores | Fidelização | Minimizar risco de má aceitação e desentendimentos |
| Agentes reguladores | Ação legal favorável | Minimizar risco de ação legal |
| Parceiros comerciais | Colaboração | Minimizar risco de defecção |

Fonte: Machado Filho (2002, p. 95). Organização: OLIVEIRA, 2012.

Nesse direcionamento, percebe-se que pode haver possibilidades de ganho corporativo na gestão socioambiental, principalmente se for cultivado um

relacionamento de cooperação e satisfação das expectativas do público interno e externo de maneira sincronizada com os desígnios mercadológicos.

Com isso, resgatam-se as premissas contextualizadas nos posicionamentos de Ashley, Coutinho e Tomei (2000), Borger (2001) e Tinoco (2006), dentre outros autores, de que a adoção das práticas socioambientais traz um retorno positivo aos entes corporativos.

3.3 - Ações relacionadas à satisfação do consumidor e à qualidade percebida

Na perspectiva da gestão socioambiental estratégia, e de acordo com a apuração dos dados documentais na Celtins, a qualidade constitui-se um dos princípios e valores corporativos retratados de maneira expressa: “Excelência: realizar suas atividades com grau de qualidade diferenciado” (CELTINS, 2009, p.16). A busca pela qualidade torna-se assunto recorrente nas publicações da empresa, destacando-se a implantação e a certificação do Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ), desde 2007, e a atual recertificação baseada na NBR ISO 9001:2008.

Para a Gerente de Comunicação e Responsabilidade Social, trata-se de “uma exigência do mercado mundial, e suas implicações se revertem em benefícios para a própria empresa” (DRUMOND, 2011).

A implementação de um Sistema de Gestão da Qualidade contribui para a padronização e a otimização dos processos internos, bem como a redução dos custos, além de ser um elemento de *marketing* ao transmitir a ideia de preocupação com a melhoria dos serviços prestados a comunidade (OLIVEIRA, 1999).

Tal entendimento é ratificado durante entrevista realizada com o Gerente de Meio Ambiente, quando pondera que esse posicionamento é importante pelo fato de demonstrar a busca por melhoria contínua (PINTER JUNIOR, 2011).

De fato, a empresa dá um tratamento diferenciado a esse Sistema de Gestão da Qualidade ao manter uma “Equipe da Qualidade”, cujo objetivo é certificar todos os processos da distribuidora com vistas a assegurar a

recertificação do sistema que é revisado periodicamente, bem como ampliar o escopo dessa certificação. Nesse sentido, a empresa divulgou a implementação de ações voltadas para melhoria da qualidade e aumento da eficiência, incluídas no Programa Evoluir (CELTINS, 2010a).

No contexto em que está inserida, tal posição não poderia ser diferente, pois, além de ser prestadora de serviço, a empresa está sujeita às normas setoriais que regulam o relacionamento com clientes, inclusive, às metas dos indicadores de qualidade do fornecimento de energia, como a DEC e FEC, apontadas, em 2010, como razão de 92,25% das reclamações dos clientes (CELTINS, 2010a).

Essas questões relacionam-se com a RSC no que diz respeito ao dever que a empresa tem de cumprir os compromissos mercantis previamente pactuados com os consumidores. Afinal, esse assunto é um dos temas centrais endossado pela ISO 26000 (Norma de Responsabilidade Social), que aborda as relações com o consumidor, no sentido de incentivar o acesso à informação e à efetividade dos produtos e serviços contratados.

Ao longo desse estudo, foram identificadas três pesquisas no âmbito da Celtins que abordam a satisfação do consumidor:

- A primeira pesquisa é realizada com intervalo bienal no intuito de aferir a satisfação dos clientes ligados em média/alta tensão. É encomendada pela própria empresa, mas realizada por institutos de pesquisa independentes. Em 2010, obteve-se um índice de 62,15 numa escala de 0-100, considerando margem de erro de 7% (CELTINS, 2010a). Nas declarações da empresa, esse percentual de satisfação é avaliado como um resultado positivo para os serviços de concessão pública.
- A segunda pesquisa tem por objetivo medir a satisfação do consumidor residencial urbano. É empreendida anualmente pela Associação Brasileira de Distribuidoras de Energia (ABRADEE), que verifica a percepção dos consumidores com relação à Responsabilidade Social, a Qualidade da Gestão, a Avaliação pelo Cliente e a Evolução do Desempenho, gerando como resultado o Prêmio ABRADEE em categorias preestabelecidas. De acordo com

essa pesquisa, a Celtins obteve índice de 65,20 e 70,76, nos exercícios de 2009 e 2010, respectivamente (CELTINS, 2010a).

- A terceira trata-se da pesquisa Índice Aneel de Satisfação do Consumidor (IASC/ANEEL), realizada anualmente. É direcionada ao consumidor residencial urbano, ou seja, abrange o mesmo escopo da pesquisa ABRADDEE que é avaliar a satisfação do serviço prestado pelas concessionárias brasileiras (ANEEL, 2011).

A empresa considera a metodologia da ABRADDEE, para extrair o Índice de Satisfação com a Qualidade Percebida (ISQP), como uma das melhores existentes. Segundo a Gerente de Comunicação e Responsabilidade Social, essa pesquisa é mais abrangente por incluir atributos diretamente relacionados à sustentabilidade (DRUMOND, 2011). Contudo, não foi possível conseguir maiores detalhes sobre essa pesquisa.

Com isso, optou-se por explicar a pesquisa IASC/ANEEL, sobretudo, pela isenção desse órgão para definição de critérios técnicos requeridos de um agente regulador, acrescentando-se o fato das informações estarem disponibilizadas publicamente no *website* oficial da ANEEL.

A pesquisa que apura o índice de satisfação é realizada, anualmente, entre os consumidores dos municípios localizados nas áreas de concessão das 63 distribuidoras do Brasil (ANEEL, 2011). Os municípios participantes são escolhidos mediante sorteio público para definição da amostra.

Para a ANEEL, a pesquisa IASC trata-se de uma importante ferramenta de medição e avaliação da percepção global do setor, já que esse procedimento é realizado em nível nacional e comparado com índices internacionais. Essas ações subsidiam os atos de regulação e fiscalização, provocam um aprimoramento dos serviços das concessionárias e contribuem para o exercício da cidadania (ANEEL, 2011).

Conforme declaração da Celtins (2010a, p. 66), “os resultados das pesquisas são avaliados pelas áreas responsáveis e servem de subsídio para a elaboração de planos de melhoria dos índices de satisfação”.

Cabe ressaltar que a pesquisa IASC/ANEEL, resulta em premiação que inclui Certificado e Selo IASC, instituída com o objetivo de estimular a melhoria dos serviços prestados à população. Essa iniciativa é também uma oportunidade

das concessionárias promoverem suas marcas junto aos *stakeholders* utilizando-se da própria estrutura regulatória a seu favor.

Assim, tal premiação (certificado e selo) pode contribuir para o fortalecimento da imagem empresarial, uma vez que as empresas vencedoras, conforme descrito no regulamento, podem usá-la como recurso diferencial em seus documentos corporativos e nas demais peças de comunicação institucional (ANEEL, 2011). A Celtins destaca, em seu Relatório de Responsabilidade Socioambiental de 2010, tê-la conquistado por seis vezes, sendo ganhadora da Região Norte em 2009, e finalista em sua categoria em 2010 (CELTINS, 2010a).

Essa premiação é relatada pela empresa da seguinte forma: “o reconhecimento desse trabalho veio com o prêmio Índice da Agência Nacional de Energia Elétrica de Satisfação do Consumidor (IASC) pela Região Norte, obtendo a aprovação de mais de 63% dos clientes” (CELTINS, 2009, p. 8). Fato igualmente confirmado durante entrevista com a Gerente de Comunicação e Responsabilidade Social, quando admite que os resultados das pesquisas se revelam como retorno das ações percebidas pelos clientes (DRUMOND, 2011).

Na 10ª Edição da pesquisa executada em 2009, foram realizadas 19.340 entrevistas na área de concessão das 63 concessionárias brasileiras. O trabalho de campo foi realizado pela empresa MDA - Pesquisa de Opinião Pública e Consultoria Estatística Ltda., no período de 13 de julho a 26 de agosto de 2009 (ANEEL, 2009).

A amostra abrangida pela Celtins refere-se ao mercado atendido entre 30 mil até 400 mil consumidores residenciais, totalizando 250 entrevistas distribuídas entre os municípios de Palmas, Miracema do Tocantins, Guaraí, Silvanópolis, Bernardo Sayão, Darcinópolis, Oliveira de Fátima, Piraquê, Rio da Conceição e Sucupira (ANEEL, 2009).

O modelo de análise utilizado foi o método *Partial Least Squares* - Mínimos Quadrados Parciais (PLS)⁹, composto por cinco variáveis, a saber: qualidade percebida, valor percebido, satisfação global, confiança no fornecedor e fidelidade. Os indicadores de desempenho variam de 0 a 100 pontos com a seguinte interpretação: entre 0 e 20 (péssimo), 21 a 40 (ruim), 41 a 60 (regular), 61 a 80 (bom) e 81 a 100 (excelente) (ANEEL, 2009).

⁹ A este respeito, ver: ANEEL (2009).

No final, os resultados da pesquisa apontaram para a necessidade de investimentos prioritários em qualidade, ao concluir que o item qualidade percebida tanto exerce influência sobre a satisfação do cliente, como impacta a confiança na distribuidora de energia. Ainda assim, a Celtins sagrou-se vencedora do prêmio na Região Norte, com o desempenho de 63,37, em 2009 (ANEEL, 2009).

Já com relação à 11ª Edição da pesquisa, realizada em 2010, também foram efetuadas 19.340 entrevistas nas mesmas áreas de concessão. Desta vez, foi realizado trabalho de campo pela empresa Formação, Capacitação, Marketing e Pesquisa Ltda. (FORMAR), durante o período de 1º de julho a 8 de setembro de 2010 (ANEEL, 2010).

O tamanho da amostra, para 2010, continuou baseado no porte da concessionária, que, no caso da Celtins, totalizou em 250 entrevistas realizadas entre os municípios sorteados, a saber: Palmas, Colinas do Tocantins, Babaçulândia, Araguacema, Sampaio, Luzinópolis, Itaporã do Tocantins, Ipueiras, Couto Magalhães e Aparecida do Rio Negro (ANEEL, 2010).

A metodologia e parâmetros de análise foram os mesmos utilizados anteriormente com a finalidade de traçar um histórico dos resultados alcançados. Nesse caso, os resultados também indicaram a relevância de se investir na melhoria da qualidade, estabelecendo correlação entre os índices de satisfação e de confiança do consumidor (ANEEL, 2010).

Contudo, é possível perceber a aderência de algumas ações que coincidem com elementos relacionados ao item “qualidade percebida”, como por exemplo, as formas de acesso à empresa ou as atividades que levam maiores informações e esclarecimentos aos consumidores, disponibilizados tanto no *website* da empresa quanto nas publicações institucionais, além das dicas e orientações embutidas nas próprias faturas mensais de energia. Sob a ótica da pesquisa IASC/ANEEL, todos esses fatores estão relacionados à comunicação com o cliente (ANEEL, 2011).

Observa-se, no caso da Celtins, que, por se tratar de um sistema monopolista de concessão de serviço público, a vantagem competitiva é trabalhada no sentido abordado por Vitorino Filho, Peresin e Sacomano Neto (2011), a saber, como a percepção que os gestores têm da necessidade de

planejar a médio e longo prazo os assuntos essenciais ao adequado funcionamento do negócio. Dessa forma, ao primar pela qualidade do serviço e pela satisfação do consumidor, a empresa tem ciência de que tais ações também podem influenciar a sua performance no contexto empresarial.

3.4 - A publicidade das ações socioambientais

A política de comunicação na Celtins está diretamente associada à sua política de sustentabilidade, fato evidenciado pela união dos temas no setor de Comunicação e Responsabilidade Social da empresa. Considerando ainda a participação da Coordenação de Meio Ambiente e de acordo com as atribuições elencadas no Quadro 8, percebe-se um envolvimento maior dos níveis de média gerência da empresa, que trabalham juntamente com os comitês de sustentabilidade criados para dar suporte às ações de socioambientais.

A prática conjunta dessas ações entre as empresas que integram o Grupo Rede S.A. acaba potencializando os efeitos positivos, na medida em que atingem um raio maior de abrangência e, ao mesmo tempo, diminuem os custos com a publicidade. Nesse sentido, questiona-se qual a real intenção da empresa em trabalhar ações de comunicação/marketing conjuntamente com as ações de caráter socioambiental?

A elaboração do relatório de responsabilidade socioambiental consolidado do grupo nos moldes do GRI vislumbra aspectos promocionais, pois segue padrões internacionalmente aceitos e utilizados.

Numa estrutura bilíngue, esse relatório funciona como um portfólio relacionado à área socioambiental, sendo capaz de alavancar valores intangíveis. Como observado nos estudos de Macêdo *et al.* (2011, p. 84), “a percepção dos diversos *stakeholders* sobre o envolvimento da organização com práticas socialmente responsáveis pode influenciar na reputação corporativa da empresa”. Nesse sentido, a divulgação da RSC impulsiona a marca empresarial.

Nos parâmetros da RSC, são alçados esforços no intuito de criar uma identidade corporativa, a saber:

Seguindo as diretrizes de uma política corporativa, a Celtins trabalha, perante o consumidor, a fixação da imagem de uma empresa de

credibilidade, responsável e comprometida com o desenvolvimento da comunidade local (CELTINS, 2009, p. 66).

A partir daí, são aplicadas estratégias de comunicação interna e externa para informar e sensibilizar as partes relacionadas sobre como a empresa lida com as questões sociais e ambientais, via publicação de materiais diversificados, como os apontados no Quadro 12.

No âmbito interno, as ações socioambientais são divulgadas especialmente pela *intranet*, por meio da publicação periódica “Notícias em Rede *On-Line*” e por intermédio da publicação mensal “Notícias em Rede”, distribuída nas residências dos funcionários. Essa revista apresenta uma seção denominada “gente de energia”, destinada a relatar casos dos colaboradores considerados bem sucedidos no grupo empresarial.

Quadro 12 - Material publicitário acerca das ações socioambientais na Celtins, 2011.

| Stakeholders | Tipo de publicação | Assunto tratado |
|---------------------|--|--|
| Público Interno | Livro de bolso “passaporte dos sistemas de gestão”. | Informação aos colaboradores sobre os sistemas de gestão, valores institucionais e política de sustentabilidade adotada. |
| | Porta-fotos, imãs de geladeira, marca-textos e folhetos promocionais. | Informações sobre o programa “Todos pela Educação”. |
| | Folheto de combate à dengue com apoio da Celtins. | Qualidade de vida e saúde. |
| | Folheto sobre conscientização sobre a infância sem racismo. | Informações sobre a diversidade e combate ao racismo na infância. |
| Meio ambiente | Folder sobre “Projeto Nego D’água”. | Informações sobre o projeto ambiental. |
| | Folder sobre combate a queimadas. | Informações que estimulam a preservação ambiental. |
| Comunidade | Distribuição de exemplares impressos conjuntamente do modo tradicional e em braile. | Livros paradidáticos com histórias infantis ligadas a educação ambiental. |
| | Livros distribuídos aos alunos do 5º Ano do Ensino Fundamental. | Livro do Programa Educacional de Resistência às Drogas e à Violência (PROERD). |
| Consumidores | Folhetos e folders sobre atendimento, reclamações, perigos com energia. | <p>Informativos distribuídos em feiras, praças, eventos, no <i>website</i> e na própria empresa.</p> <p>É bom saber “Arborização urbana”</p> <p>É bom saber “Poda de árvore”</p> <p>É bom saber “Solte pipas com segurança”</p> <p>É bom saber “Construindo com segurança”</p> <p>É bom saber “O perigo das queimadas”</p> <p>Informações sobre o SMS Celtins e como fazer reclamações</p> |
| | Jogo de memória sobre melhor utilização da energia. | Informativos distribuídos em eventos promocionais. |
| Governo e Sociedade | Folders, cartazes e livros diversos. | Envolvimento da empresa com programas governamentais ou de outras entidades destinadas à sociedade. |
| | Livro CEDECA Glória de Ivone – Guia da rede de promoção e defesa dos direitos da criança e do adolescente. | <p>Informações sobre o Programa UNICEF/Agenda Criança Amazônia.</p> <p>Apoio à Campanha contra o abuso e a exploração de crianças e adolescentes.</p> |

Organização: OLIVEIRA, 2012.

A Gerente de Comunicação de Responsabilidade Social enfatiza a realização de reuniões no início do ano letivo para orientar os trabalhadores a participar da vida escolar dos filhos na ação “10 pro seus filhos na escola”. Segundo a entrevistada, “desta forma a gente promove uma ação de sustentabilidade e orienta os trabalhadores” (DRUMOND, 2011). Diante disso, nota-se o emprego da comunicação como estratégia de aproximação com o público interno da empresa.

A Semana da Sustentabilidade também é um evento realizado anualmente na Celtins, por ocasião do dia Mundial do Meio Ambiente (05 de junho). Na concepção da empresa, reforçam-se as práticas de responsabilidade socioambiental realizadas pelas empresas do grupo em cumprimento aos compromissos da política de sustentabilidade.

Externamente, as informações são veiculadas em jornais impressos de grande circulação, por malas diretas, pelas faturas de energia, pela mídia radiofônica e televisiva, dentre outros meios. De acordo com o Coordenador de Meio Ambiente, a empresa tem participado ativamente de eventos e feiras, de modo a interagir com a sociedade, além de fazer um trabalho de corpo a corpo voltado para capacitação em escolas e associações de modo geral (PINTER JUNIOR, 2011).

A empresa também se alia a instituições que trabalham desde a temática socioambiental, como o Instituto ETHOS, até as representantes dos interesses empresariais, a fim de obter representação, assessoramento técnico ou intercambiar melhores práticas de gestão, a exemplo da Associação de Distribuidores de Energia Elétrica (ABRADEE), da Fundação COGE e da Associação Brasileira de Conscientização para os Perigos da Eletricidade (ABRACOPEL).

Verificou-se, ainda, o monitoramento e a divulgação com relação às premiações e outras formas de reconhecimento concedidas por instituições da sociedade e do governo ligadas a ações de cunho promocional ou mercadológico. Um exemplo disso está no recebimento do prêmio IASC/ANEEL auferido à empresa nos anos de 2002, 2003, 2004, 2006 e 2009; assim como o prêmio SESI Qualidade no Trabalho recebido em 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 e 2008; e a

homenagem do UNICEF pela implementação do projeto “Agenda Criança Amazônia”.

Na concepção de Mueller (2003, p. 74),

Os donos do capital que desenvolvem boas práticas também conquistam títulos e certificados como “Melhores Empresas Para se Trabalhar”, “Empresa Cidadã” e “Empresa Amiga da Criança”, entre outros. A conquista de um destes títulos gera excelentes resultados para a empresa, que passa a ser reconhecida nacionalmente, destacando-se no universo das empresas existentes.

O envolvimento da empresa em campanhas de interesse público, como “Combate a Dengue” e “Todos pela Educação”, que beneficiam a comunidade, a coloca em evidência como empresa atuante e engajada nas causas sociais. Um ponto bastante positivo se for considerado que a empresa é uma prestadora de serviço público e sempre precisará de legitimação social para continuar no mercado.

A propósito, o contrato de concessão da empresa tem vigência de 20 anos, e a renovação das concessões de serviço público, dentre outros fatores, depende do interesse e da anuência do Poder concedente e da própria sociedade usuária efetiva do serviço.

Santana (2008, p. 243) assevera que “a ação socioambientalmente responsável pode traduzir em valorização junto ao mercado e aos clientes”. Esse fato realmente é inegável diante das implicações da RSC na imagem institucional, pois a conduta socioambiental traz em seu bojo uma publicidade espontânea, o que leva a refletir sobre os debates existentes entre o plano do discurso e prática efetiva dessas ações.

É oportuno salientar que, embora a Celtins tenha procedimentos de registro para concessão dos investimentos na área socioambiental, acolhidos conforme a aderência e compatibilidade dos projetos aos critérios corporativos, não foi possível constatar um processo formal que avaliasse a execução dessas ações ou projetos, sejam próprios, sejam apoiados ou realizados em parceria com outras entidades.

Nesse ponto, a ausência de uma avaliação de desempenho dessas ações socioambientais inviabiliza um processo de controle e, inclusive, pode comprometer a implementação de possíveis correções e melhorias nos projetos em execução e vindouros.

Afinal, como saber se a empresa está conseguindo efetividade em suas ações sem que haja um mecanismo que possa mensurar a sua performance frente aos projetos realizados? Talvez isso seja um indicativo de que a empresa já tem de antemão o *feedback* daquilo que busca, ou que outros objetivos adjacentes já estão sendo alcançados.

De todo modo, essa gestão socioambiental apresenta-se vantajosa, pois investir em ações que melhorem a qualidade do serviço e do ambiente de trabalho fortalece o pacto contratual, otimiza os índices operacionais e, com isso, evitam-se sanções regulatórias trabalhistas e fiscais. Tal postura, também, pode elevar a motivação dos funcionários e convencer os clientes de que o desenvolvimento da empresa é fundamental para a comunidade onde ela está inserida.

Esse engajamento empresarial reverte-se, ainda, em tecnologia para a empresa, via financiamento dos projetos de pesquisa e desenvolvimento, além de proporcionar a redução dos custos por meio do controle das perdas globais de energia e da necessidade de ampliação de investimentos na rede, devido às ações ligadas à eficiência energética.

Portanto, a conduta socioambiental na Celtins trabalha o fortalecimento de uma cultura corporativa voltada para a sustentabilidade das atividades, por meio de apoio e alianças dentro e fora da organização, a partir de uma racionalidade estratégica com intuito de assegurar que os objetivos pretendidos se transformem em resultados alcançados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Almejar lucro de forma a agregar valores socioambientais ao processo de produção de bens ou prestação de serviços faz parte das estratégias das empresas atuais. Com isso, a gestão empresarial tem se tornado mais complexa, tendo em vista a necessidade de compatibilização de interesses que, por vezes, estão em jogo além dos seus próprios. Nessa perspectiva, as corporações desenham suas estratégias organizacionais orientadas para a Responsabilidade Social Corporativa (RSC), buscando desenvolver, sobretudo, as potencialidades do negócio.

A partir de então, as questões socioambientais passam incorporar o cotidiano de algumas empresas, revelando-se importante instrumento na busca pela maximização dos resultados. Pois, tais questões também podem repercutir negativamente no cenário empresarial, seja afetando o processo de produção, influenciando o comportamento dos custos, receitas, valor das ações, ou até mesmo, atingindo diretamente a imagem e a reputação da empresa frente ao mercado consumidor.

Em vista disso, os empreendimentos econômicos foram levados a serem mais atuantes, apresentando providências quanto aos efeitos causados pelas suas intervenções no socioambiente em que opera, redefinindo práticas e integrando alianças para o desenvolvimento de projetos socioambientais articulados às estratégias corporativas.

Nessa ótica, as empresas engajam-se às causas sociais e à preservação dos recursos naturais, aderindo aos princípios do desenvolvimento sustentável no sentido de propiciar uma sustentação socioambiental, incluindo a sua própria sustentabilidade, a fim de garantir a continuidade das operações em determinado ramo de atuação.

Tal sistemática aponta para uma roupagem contemporânea das práticas mercadológicas, visando dar mais legitimidade aos empreendimentos econômicos, posto que, seus representantes buscam relacionar valores cultivados pela sociedade com a atuação empresarial, dando um tom mais ameno para a tradicional exploração dos recursos humanos e naturais, tornando-a mais tragável frente à opinião pública.

Sob um enfoque interdisciplinar, o presente estudo buscou inferir sobre os efeitos dos investimentos das empresas em favor da sociedade e do meio ambiente, por meio de um estudo de caso aplicado à Celtins.

Neste caso, a temática da RSC incorpora-se à estrutura administrativa via delineamento estratégico organizacional, presente no planejamento corporativo e nas diretrizes declaradas em sua missão, valores e na política de sustentabilidade institucional. Essas deliberações abrangem a cadeia produtiva da distribuidora de energia analisada, compreendendo o relacionamento com órgãos governamentais, instituições ligadas ao setor elétrico, acionistas, funcionários, consumidores, fornecedores, meio ambiente e comunidade na área de abrangência da concessão.

As ações socioambientais são caracterizadas na estratégia corporativa da Celtins como prática de gestão, estruturadas de maneira geral com o intuito de consolidar a imagem institucional e propiciar a sustentabilidade da concessão do serviço de fornecimento de energia elétrica.

É possível dizer que as ações orientadas para RSC na Celtins produzem efeitos em várias direções no sentido de proporcionar um ciclo favorável para a gestão dos negócios. Esses efeitos permeiam diferentes áreas da empresa, atuando, simultaneamente, na otimização dos resultados e nas ações socioambientais, como as relacionadas à preservação do meio ambiente, eficiência energética ou no aprimoramento tecnológico que, por sua vez, têm repercussão na melhoria dos serviços prestados ou diretamente na comunidade, a exemplo do projeto “luz em conta”.

Assim, a convergência das estratégias corporativas à temática socioambiental traz implicações tanto no campo interno, ao incrementar os resultados da gestão, como no campo externo, relacionando-se ao desenvolvimento de projetos em parcerias com instituições locais, nacionais ou mesmo internacionais. No que tange às ações externas, essas buscam promover o estreitamento das relações entre a empresa e a comunidade, melhorando o entrosamento e a credibilidade no negócio.

Essas implicações acabam por confirmar os pressupostos teóricos acerca dos fatores que influenciam o posicionamento socioambiental estratégico, a saber: a busca pela minimização dos custos e despesas na operacionalização

das atividades corporativas, os imperativos setoriais que induzem o cumprimento da agenda normativa em vigor, fatores motivacionais ligados ao ambiente interno de trabalho associados à necessidade de alavancar o conceito e a credibilidade da empresa no mercado.

Nesse sentido, as ações socioambientais podem implicar em resultados para os *stakeholders*, mas também se traduzem em efeitos positivos para a gestão rumo à longevidade dos negócios, isso é possibilitado graças às influências dessas práticas, que têm o poder de anular resistências e acomodar interesses. Assim, a RSC pode tornar-se um eficiente mecanismo de gerenciamento capaz de potencializar o desempenho corporativo.

Diante de todo o contexto exposto nesta pesquisa, os resultados apontam para a influência das ações de RSC no sentido de afetar a gestão da empresa de maneira positiva, gerando oportunidade para otimização dos resultados econômicos, tanto no sentido de evitar perdas, como de obter ganhos. Ao passo que também propicia o aumento do valor reputacional na área de concessão do serviço, contribuindo, assim, para a sustentabilidade corporativa.

No decorrer da pesquisa foi verificada a inexistência de avaliação de desempenho das ações socioambientais realizadas na empresa. Cabe ressaltar que a falta de um controle apropriado para mensurar tal desempenho pode ser considerado um ponto negativo, levando-se em conta as implicações incorridas com a adesão dessa prática empresarial, associada ainda a uma tradição de 15 anos em publicar informações de caráter socioambiental.

Observou-se também que na atuação socioambiental da empresa o atendimento da legislação funciona como meio de amoldar as atividades empresariais às ações regulatórias. Sob o ponto de vista da empresa, os indicadores ambientais do balanço social envolvem meramente as demandas setoriais e essa postura, dentre outras, distorce o idealismo do balanço social em sua essência. Com isso, percebe-se a necessidade de haver uma reestruturação nesse instrumento, pois sua apresentação por vezes desvirtua aspectos sociais, ambientais e econômicos caracterizando-se mais como uma explanação das ações realizadas do que propriamente um balanço contábil de informações socioambientais.

Em virtude dos argumentos mencionados, faz-se necessário a

implementação de mecanismos de avaliação e monitoramento que possam aferir o desempenho dessas ações, no sentido de dar maiores subsídios e conduzir ao aprimoramento da variedade de projetos apoiados, patrocinados ou executados em parceria com a Celtins.

Outro ponto a ser sugerido é a submissão dos relatórios socioambientais e do balanço social ao crivo de uma auditoria especializada e externa ao ambiente corporativo, a fim de retratar adequadamente os investimentos realizados na área socioambiental, assim como ocorre anualmente com as demonstrações financeiras da empresa.

Por fim, a inserção dos atores sociais de interesse na metodologia de escolha e no delineamento dessas ações socioambientais enriqueceria o processo deixando-o mais transparente e participativo, tendo em vista ser esses os principais afetados pelas ações corporativas, inclusive com possibilidades de emissão de críticas, sugestões, depoimentos ou reivindicações a serem coordenadas pela empresa a partir de uma equipe multidisciplinar.

Como contribuição para novas pesquisas propõe-se, a partir de fundamentos teóricos específicos, uma investigação a respeito da percepção dos funcionários quanto a RSC e as implicações desse posicionamento sobre o público interno nas organizações empresariais. Ademais, ressalta-se que o tema em pauta é, ainda, um campo novo de investigação acadêmica, tendo, portanto, um grande potencial para a pesquisa.

REFERÊNCIAS

ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO. **Controle da legalidade**. 2011. Disponível em: <http://www.agu.gov.br/sistemas/site/TemplateTexto.aspx?idConteudo=168078&id_site=3>. Acesso em: 26 nov.2011.

AGÊNCIA NACIONAL DE ENERGIA ELÉTRICA. **A ANEEL**. 2011. Disponível em: <<http://www.aneel.gov.br/area.cfm?idArea=636&idPerfil=3>>. Acesso em: 15 nov.2011.

_____. **Prêmio IASC 2009**. 2009. Disponível em: <<http://www.aneel.gov.br/arquivos/PDF/CELTINS%202009.pdf>>. Acesso em: 15 nov.2011.

_____. **Prêmio IASC 2010**. 2010. Disponível em: <http://www.aneel.gov.br/arquivos/PDF/CELTINS_2010.pdf>. Acesso em: 15 nov.2011.

AGUILAR, Francis J. **Ética nas Empresas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996. 193p. Andrade, Gosling e Xavier (2010).

ANDRADE, M.A.M; GOSLING, M; XAVIER, W.S. **Por trás do discurso socialmente responsável da siderurgia mineira**. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132010000300010> Acesso em: 26 dez. 2011.

ANTUNES, Paulo de Bessa. **Direito ambiental**. 12. ed. rev. atual. 3ª tiragem. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010. 960p.

ASHLEY, Patrícia Almeida. (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005. 300p.

ASHLEY, Patrícia Almeida; COUTINHO, Renata Buarque Goulart; TOMEI, Patrícia Amélia. **Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa**. Disponível em: <<http://www.agenda21empresarial.com.br/arquivo/1260083712375-rquivo.pdf>> Acesso: em 23 mai. 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DISTRIBUIDORES DE ENERGIA ELÉTRICA. **Legislação compilada**. 2011. Disponível em: <<http://www.abradee.com.br/legislacao.asp> > Acesso em: 16 dez. 2011.

AZEVEDO, Patrícia Silva de. **Estratégias e requisitos ambientais no processo de desenvolvimento de produtos na indústria de móvel sob encomenda**. 2009. 144f. Tese (Doutorado em Recursos Florestais) – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2009.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Porte de empresa**. 2010. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Navegacao_Suplementar/Perfil/porte.html>. Acesso em: 12 jan.2012.

BARATA, Martha, **O setor empresarial e a sustentabilidade no Brasil**. In: PÁDUA, José Augusto (Org.). Desenvolvimento, justiça e meio ambiente. Belo Horizonte: Editora UFMG/São Paulo: Peirópolis, 2009. p. 271-295.

BARBERO, Edson Ricardo; FISCHMANN, Adalberto Américo. Sociedade e Negócio: um estudo correlacional entre o papel estratégico da responsabilidade social corporativa e o grau de comprometimento social das empresas brasileiras. **Revista Alcance**, v. 11, n.1, p. 137-155, jan./abr. 2004.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 2. ed. atual. ampl. São Paulo: Saraiva, 2007. 382p.

BARBOZA, Elza Maria Ferraz. **Rotulagem ambiental: rótulos ambientais e análise do ciclo de vida**. Disponível em <<http://www.acv.ibict.br/publicacoes/relatorios/Rotulagem%20Ambiental.pdf>> Acesso em: 27 dez. 2011.

BENNIS, Warren *et al.* **Transparência: como criar uma cultura de valores essenciais nas organizações**. [tradução Thereza Ferreira Fonseca]. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 182p.

BEZERRA, Rodrigo Braga. **Responsabilidade Social Corporativa: uma proposta metodológica para orientação de iniciativas**. 2007. 131f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

BORGER, Fernanda G. **Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. 2001. 254f. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

BORGES, Humberto Bonavides. **Planejamento tributário**. 10. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2010. 419p.

CABRAL, Romilson Marques. **Organizações e meio ambiente**. In: ALBUQUERQUE, José de Lima (Org.). Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações. São Paulo: Atlas, 2009. p. 28-47.

CALLADO, Antônio André Cunha; CALLADO, Aldo Leonardo Cunha. **Informações contábeis e gestão ambiental**. In: ALBUQUERQUE, José de Lima (Org.). Gestão ambiental e responsabilidade social. São Paulo: Atlas, 2009. p. 115-129.

CÂMARA, Renata Paes de Barros. **Ecoeficiência**. In: ALBUQUERQUE, José de Lima (Org.). Gestão ambiental e responsabilidade social. São Paulo: Atlas, 2009.

p. 235-259.

CAPPELLIN, P. *et al.* **Organizações empresariais em face da responsabilidade social das empresas no Brasil.** In: SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza (Org.). *Balço Social: teoria e prática - inclui o novo modelo do IBASE.* São Paulo: Atlas, 2001. 173p.

CARROLL, A. B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. In: *Academy of Management Review*. [S.L.]: n.4, p. 497-505, 1979.

CARVALHO, Fernanda M.; SIQUEIRA, José R. M. **Análise da utilização dos indicadores essenciais da Global Reporting Initiative nos relatórios sociais de empresas latino-americanas.** Disponível em <http://www.atena.org.br/revista/ojs_2_2_3_06/index.php/pensarcontabil/article/viewfile/113/113> Acesso em: 16 dez. 2011.

CARVALHO, João Conrado de Amorim. Gestão socioambiental ou marketing de resultados: análise com base em indicadores de desempenho. In: ENCONTRO NACIONAL SOBRE GESTÃO EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE (ENGEMA), IX, 2007, Curitiba. **Anais...** Paraná. FEA/USP-FGV/EAESP, 2007.

CELARD, André, A Análise documental. In: POUPART, J. *et al.* (Org). **A Pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos.** Petrópolis: Vozes, 2008. p. 295-317.

COMPANHIA DE ENERGIA ELÉTRICA DO ESTADO DO TOCANTINS. **Responsabilidade Socioambiental.** 2011. Disponível em: <<http://www.redenergia.com/concessionarias/celtins/residenciais/a-celtins/responsabilidade-socioambiental.aspx>>. Acesso em: 14 nov.2011.

_____. **Relatório de Responsabilidade Socioambiental 2009.** Palmas, 2009. 124p.

_____. **Relatório de Responsabilidade Socioambiental 2010.** Palmas, 2010a. 124p.

_____. **Relatório da Administração 2010.** Palmas, 2010b. 9p.

CONEXÃO TOCANTINS. **Trabalhadores terceirizados da Celtins paralisam atividades na segunda-feira.** 2011a. Disponível em: <<http://conexaoto.com.br/2011/07/14/trabalhadores-terceirizados-da-celtins-paralisam-atividades-na-segunda-feira>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

_____. **Eletricitários terceirizados da Celtins manifestam por melhores condições salariais.** 2011b. Disponível em: <<http://conexaoto.com.br/2011/08/02/eletricitarios-terceirizados-da-celtins-manifestam-por-melhores-condicoes-salariais>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

_____. **Choque elétrico mata trabalhador de empresa terceirizada da Celtins.**

2011c. Disponível em: <<http://conexaoto.com.br/2011/05/31/choque-eletrico-mata-trabalhador-de-empresa-terceirizada-da-celtins>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração geral e pública**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 514p.

CRISÓSTOMO, V.L; PARENTE, P. H. N; SOARES, P. M. Responsabilidade Corporativa e o modelo de balanço social proposto pelo IBASE. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, VII, 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2011.

CUNHA, Luís Henrique; COELHO, Maria Célia Nunes. **Política e Gestão Ambiental**. In: CUNHA, Sandra Baptista da; GUERRA, Antonio José Teixeira (Org.) A Questão Ambiental: diferentes abordagens. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 43-79.

DAHER, W. M. *et al.* Responsabilidade social corporativa segundo o modelo de Hopkins: um estudo nas empresas do setor energético do nordeste brasileiro. **Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA**, v. 1, n. 1, p. 31-46, Jan./Abr. 2007.

DALLARI, Pedro, **Desenvolvimento sustentável em favor da justiça social no Brasil**. In: PÁDUA, José Augusto (Org.). Desenvolvimento, justiça e meio ambiente. Belo Horizonte: Editora UFMG/São Paulo: Peirópolis, 2009. p.194-215.

DIAS, Genebaldo Freire. **Educação ambiental: princípios e práticas**. 5 ed. São Paulo: Global, 1998. 400p.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. 1. ed., 4. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009. 196p.

DRUMOND, Zenilda do Carmo. Gerente de Comunicação e Responsabilidade Social da Celtins. Palmas, 28 nov. 2011. Entrevista concedida a Rita de Cassia Alves Oliveira.

DUPAS, Gilberto. **Atores e poderes na nova ordem global: assimetrias, instabilidades e imperativos de legitimação**. São Paulo: Editora UNESP, 2005. 319p.

ELETROBRÁS. **Contexto**. 2011. Disponível em: <http://www.eletronbras.com/relatorio_sustentabilidade_2010/html_pt/contexto.html> Acesso em: 14 nov. 2011.

ESCORSIM, Silvana Maria. **A filantropia no Brasil: entre a caridade e a política de assistência social**. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/086/86escorsim.pdf>> Acesso em: 17 mai. 2011.

EXAME. São Paulo: Editora Abril, jul. 2009-2011. (Edição especial - Melhores e maiores. As 1000 maiores empresas do Brasil).

FAIS, Creunice de Lourdes. **Modelagem da sustentabilidade social, econômica e ambiental da propriedade rural na zona da Mata mineira**. 2009. 135f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Ciência Florestal Universidade Federal de Viçosa, Viçosa-MG, 2009.

FARIA, Alexandre; SAUERBRONN, Fernanda Filgueiras. A responsabilidade social é uma questão de estratégia? uma abordagem crítica. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, n. 42, jan/fev, p. 07-33, 2008.

FÉLIX, Joana d’Arc Bicalho. **O ganho de imagem conquistado após divulgação da responsabilidade social empresarial**. Disponível em <http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/O%20Ganho%20de%20Imagem%20Conquistado%20%ap%C3%20Divulga%C3%A7%C3%A3o%20da%20Responsabilidade%20Social%20Empresarial%20-%20Centro%20Oeste.pdf> Acesso em: 23 dez. 2011.

FERRARI, Aguilar; MATIAS, Alano Nogueira. **A influência dos investimentos em responsabilidade social sobre a imagem e a capacidade competitiva das organizações**. Disponível em <<http://www.publicacoes.uniceub.br/index.php/gti/article/view/1465>> Acesso em: 23 dez. 2011.

FERRAZ, Ana Carla Sanches Lopes. **A responsabilidade social como estratégia empresarial de desenvolvimento**. 2007. 186f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Mestrado em Direito, Universidade de Marília, Marília, 2007.

FERREIRA, Aracéli Cristina de Sousa. Utilização do modelo ISAR/UNCTAD: uma análise comparativa. **Revista Pensar Contábil**, v.IX, nº35, p. 27-34, jan./mar. 2007.

FERREL, O. C. **Ética empresarial: dilemas, decisões e casos**. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.

FONTES, Andréa de Souza. A responsabilidade social empresarial em questão: o pensamento pedagógico do Instituto Ethos. **Trabalho Necessário**, Rio de Janeiro, ano 3, nº 3, 2005. 15p.

FREIRE, F. de Souza; REBOUÇAS, T.R.S. **Uma descrição sucinta do balanço social francês, português, belga e brasileiro**. In: SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza (Org.). **Balanço Social: teoria e prática - inclui o novo modelo do IBASE**. São Paulo: Atlas, 2001. 173p.

FREIRE, Rodrigo Veiga Freire e. **Responsabilidade social das sociedades empresárias: dever ou mero ato de liberalidade?**. Jus Navigandi, Teresina, ano 9, n. 463, 13 out. 2004. Disponível em: <<http://jus.uol.com.br/revista/texto/5805/responsabilidade-social-das-cidades-empresarias>> Acesso em: 9 out. 2011.

G1 Mundo. **Britânicos compram última edição do jornal *News of the World***. 2011. Disponível em: < <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/britanicos-compram-ultima-edicao-do-jornal-news-world.html>> Acesso em: 10 jul. 2011.

GAVARD, François Marcos Paul. **A racionalidade empresarial socioambiental da Aracruz Celulose**. 2010. 157f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Mestrado em Ciências Sociais, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2010.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE. **Relatórios de sustentabilidade**. 2011. Disponível em: <<http://www.globalreporting.org>> Acesso em 25 nov. 2011.

GONÇALVES, M.H.B; Nely, WYSE. **Ética e trabalho**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 1997. 96p.

GUIMARÃES, Roberto P. **A ética da sustentabilidade e a formulação de políticas de desenvolvimento**. In: VIANA, Gilney; SILVA, Marina; DINIZ, Nilo (Orgs.). O desafio da sustentabilidade: um debate socioambiental no Brasil. São Paulo: Perseu Abramo, 2001. p. 43-71.

HIRATA, Luzia. **Análise do impacto relacionada à responsabilidade socioambiental no desempenho das ações de empresas do setor de petróleo**. 2009. 57f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Mestrado Profissional em Economia, Faculdade IBMEC São Paulo, São Paulo, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS. **Monitoramento da Responsabilidade Social das Empresas e do Balanço Social**. 2011. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>> Acesso em 22 maio.2011.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Uniethos**. 2011. Disponível em: < <http://www.uniethos.org.br/> > Acesso em 22 mai. 2011.

INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, QUALIDADE E TECNOLOGIA. **ISO 26000**. 2011. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp>. Acesso em: 23 nov. 2011.

JUNQUEIRA, Kátia Valverde. **A responsabilidade sócio-ambiental das companhias abertas e os sócios minoritários**. In: SILVA, Bruno Campos *et al.* (Orgs.). Direito ambiental: visto por nós advogados. Belo Horizonte: Del Rey, 2005. p. 539-569.

KITAHARA, Renato José. **Responsabilidade Social e desempenho financeiro das empresas: um estudo empírico utilizando o balanço social padrão IBASE**. 2007. 187f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

KREITLON, Maria Priscilla. A ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, ENANPAD, XXVIII, 2004, Curitiba (PR). **Anais...** Curitiba: ENANPAD, 2004.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balço social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000. 162p.

LAGIOIA, Umbelina Cravo Teixeira; LIRA, Zarah Barbosa. **Balço Social** In: ALBUQUERQUE, José de Lima (Org.). *Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações*. São Paulo: Atlas, 2009. p. 1-27.

LAVILLE, Élisabeth. **A empresa verde**. [tradução Denise Macedo]. São Paulo: Ôte, 2009. 404p.

LEITE, Emanuel Ferreira. **Ecoempreendedorismo e gestão ambiental**. In: ALBUQUERQUE, José de Lima (Org.). *Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações*. São Paulo: Atlas, 2009. p. 274-299.

LEITE FILHO, Geraldo Alemandro; PRATES, Lorene Alexandre; GUIMARÃES, Tiago Neiva. Análise dos Níveis de Evidenciação dos Relatórios de Sustentabilidade das Empresas Brasileiras A+ do Global Reporting Initiative (GRI) no ano de 2007. **RCO - Revista de Contabilidade e Organizações – RCO/USP**, v. 3, n.7, p. 43-59, set./dez. 2009.

MACÊDO, João Marcelo A. *et al.* Responsabilidade social e reputação corporativa: uma investigação sobre a percepção dos stakeholders numa concessionária de energia elétrica nordestina. **Revista de Contabilidade e Organizações – RCO/USP**, v. 5, n. 11, p. 69-86, 2011.

MACHADO, André Gustavo Carvalho; OLIVEIRA, Ricardo Luciano de. **Gestão Ambiental Corporativa**. In: ALBUQUERQUE, José de Lima (Org.). *Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações*. São Paulo: Atlas, 2009. p. 93-114.

MACHADO FILHO, Cláudio Antonio P. **Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações: um estudo multicasos**. 2002. 204f. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2006. 257p.

MARTINS, Sérgio Pinto. **Direito do Trabalho**. 23ª ed. São Paulo: Atlas, 2007. 887p.

MEREGE, Luiz Carlos; ALVES Mário Aquino. **Desenvolvendo a filantropia empresarial através da educação: uma experiência brasileira**. Disponível em <<http://3setor.com.br/downloads/DesenvolvendoFilantropiaEmpresarial.pdf>>

Acesso em 16 mai. 2011.

MORAES FILHO, Rodolfo Araújo de. **Sociedade e meio ambiente**. In: ALBUQUERQUE, José de Lima (Org.). Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações. São Paulo: Atlas, 2009. p. 1-27.

MOTTA, S.L.S; OLIVEIRA, B. O marketing ecológico como vantagem competitiva. **Revista de Gestão USP**, v.14, n.2, abril/junho. 2007, p. 49-59.

MUELLER, Adriana. **A utilização dos indicadores de responsabilidade social corporativa e sua relação com os stakeholders**. 2003. 202f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2003.

OLIVEIRA, Anna Carolina Moreira de. **Responsabilidade socioambiental e integração: o caso Cargill Agrícola S/A – Complexo Industrial de Uberlândia – Minas Gerais**. 2007. 127f. Dissertação (Mestrado) - Programa Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2007.

OLIVEIRA, Célia Vicente de; ALBUQUERQUE; José de Lima. **Auditoria Ambiental**. In: ALBUQUERQUE, José de Lima (Org.). Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações. São Paulo: Atlas, 2009. p. 260-273.

OLIVEIRA, Fabíola Bianco. **Implantação e prática da gestão ambiental: discussão e estudo de caso**. 1999. 89f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 1999.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. Uma avaliação dos balanços sociais das 500 maiores. **RAE-eletrônica**, v.4, n.1, Art.2, jan./jul. 2005.

PACTO GLOBAL. **Princípios do Pacto Global**. 2011. Disponível em: <<http://www.pactoglobal.org.br/dezPrincipios.aspx>> Acesso em: 15 dez. 2011.

PADULA, M; PITOMBO, T.D.T; GIULIANI, A.C. **Marketing para causas sociais: um estudo no setor de cosméticos**. In: GIULIANI, Antonio Carlos (Org.). Marketing contemporâneo: novas práticas de gestão – com estudo de casos brasileiros. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 97-125.

PASSADOR, Cláudia Souza. A responsabilidade social no Brasil: uma questão em andamento. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DEL CLAD SOBRE LA REFORMA DEL ESTADO Y DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, VII, 2002, Lisboa, Portugal. **Anais...** Lisboa, 2002.

PASSOS, Elizete, **Ética nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.

PEREIRA, Evelyn Andrea Arruda. **A empresa e o lugar na globalização: a responsabilidade social empresarial no território brasileiro**. 2007. 205f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana,

Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

PEREIRA, Carmem Campos. Furto de energia prejudica consumidor. **Revista Notícias em Rede**, São Paulo, ano 4, n. 19, p.2, jul.2010. (Editorial).

_____. Estratégia em Rede. **Revista Notícias em Rede**, São Paulo, ano 5, n. 26, p.2, fev. 2011a. (Editorial).

_____. Rede energia ligada na segurança. **Revista Notícias em Rede**, São Paulo, ano 5, n. 29, p.2, jun. 2011b. (Editorial).

PHILIPPI JR, Arlindo; BRUNACCI, Atílio. **Dimensão Humana do Desenvolvimento Sustentável**. In: PHILIPPI JR, Arlindo; PELICIONE, Maria Cecília Focesi (Org.) Educação Ambiental e Sustentabilidade. Barueri, SP: Manole, 2005. p. 257-283.

PINTER JUNIOR, Miguel. Coordenador de Meio Ambiente da Celtins. Palmas, 6 dez. 2011. Entrevista concedida a Rita de Cassia Alves Oliveira.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **Incentivos fiscais IRPJ**. 2011. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/legisassunto/incfis.htm>> Acesso em: 20 dez. 2011.

REIS, Carlos Nelson dos. A responsabilidade social das empresas: o contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo do mercado? **Revista Economia Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, maio/ago, p. 279-305, 2007.

REIS, Carlos Nelson dos; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade social das empresas e balanço social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social**. 1. ed., 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009. 185p.

RIBEIRO, Daniela Pereira. **Gestão Socioambiental estratégica: uma proposta para PMES**. 2008. 139f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2008.

RIBEIRO, Maurício Andrés, **Origens mineiras do desenvolvimento sustentável no Brasil**. In: PÁDUA, José Augusto (Org.). Desenvolvimento, justiça e meio ambiente. Belo Horizonte: Editora UFMG/São Paulo: Peirópolis, 2009. p. 64-116.

RODRIGUES, M. T. L. **Organograma da Celtins** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <cassiarose@uft.edu.br> em 05 ago.2011.

_____. **Postos de atendimento da Celtins** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <cassiarose@uft.edu.br> em 16 fev.2012a.

_____. **Carta de solicitação de informações à Celtins** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <cassiarose@uft.edu.br> em 07 maio 2012b.

SANTA ROSA, Lindzai. **Pode o capitalismo conduzir-nos ao desenvolvimento sustentável? algumas considerações sobre Responsabilidade Social Corporativa no Brasil**. 2007. 72f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2007.

SANTANA, Naja Brandão. **Responsabilidade Social e valor da empresa: uma análise por envoltória de dados em empresas distribuidoras de energia elétrica**. 2008. 328f. Dissertação (Mestrado) Mestrado em Engenharia de Produção da Universidade de São Paulo, São Carlos, 2008.

SANTILLI, Juliana; SANTILLI, Márcio. **Desenvolvimento Socioambiental: uma opção brasileira**. In: PÁDUA, José Augusto (Org.). Desenvolvimento, justiça e meio ambiente. Belo Horizonte: Editora UFMG/São Paulo: Peirópolis, 2009. p. 216-241.

SANTOS, Elenice C. Roginski M. Responsabilidade social ou filantropia? **Sanare – Revista Técnica da Sanepar**, Curitiba, v. 20, n. 20, jul/dez, p. 18-27, 2003.

SANTOS, José Cavalcanti dos. **A Perícia Ambiental Criminal**. In: TOCCHETTO, Domingos (Org.). Perícia Ambiental Criminal. Campinas: Millennium Editora, 2010. p. 1-30.

SCHROEDER Jocimari Tres; SCHROEDER Ivanir. Responsabilidade social corporativa: limites e possibilidades. **RAE-eletrônica**, v.3, n.1, jan./jun. 2004.

SÉGUIN, Elida. **Direito ambiental: nossa casa planetária**. 3. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Forense, 2006. 480p.

SERPA, Daniela Abrantes Ferreira; FOURNEAU, Lucelena Ferreira. **Responsabilidade Social Corporativa: uma Investigação Sobre a Percepção do Consumidor**. RAC, v. 11, n. 3, Jul./Set. 2007.

SILVA, Marcela Soares. **O fetiche da “Responsabilidade Social”: a falácia de uma “nova consciência”**. 2008. 166f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Serviço Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

SROUR, Robert Henry. **Ética empresarial**. 3. ed. rev. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 276p.

SUCUPIRA, João A. **Ética nas empresas e balanço social**. In: SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza (Org.). Balanço Social: teoria e prática - inclui o novo modelo do IBASE. São Paulo: Atlas, 2001. 173p.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2011. 450p.

TINOCO, José Eduardo Prudêncio. **Balanço social: uma abordagem da**

transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2006. 243p.

TORRES, Ciro. **Responsabilidade social das empresas e balanço social no Brasil.** In: SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza (Org.). Balanço Social: teoria e prática - inclui o novo modelo do IBASE. São Paulo: Atlas, 2001. 173p.

TORRES, Ciro; MANSUR, Cláudia. **Balanço Social – 10 anos: o desafio da transparência.** Rio de Janeiro: IBASE, 2008. 96p.

TREVISAN, Fernando Augusto. Balanço social como instrumento de marketing. **RAE-eletrônica**, v.1, n.2, jul./dez. 2002.

VELLANI, Luiz Cassio; RIBEIRO, Maísa de Souza. A sustentabilidade e a contabilidade. In: SIMPÓSIO DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO, LOGÍSTICA E OPERAÇÕES INTERNACIONAIS, IX, 2006, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FGV/EAESP, 2006.

VEIGA, José Eli da, **Os desafios do desenvolvimento sustentável no Brasil.** In: PÁDUA, José Augusto (Org.). Desenvolvimento, justiça e meio ambiente. Belo Horizonte: Editora UFMG/São Paulo: Peirópolis, 2009. p. 151-191.

VITORINO FILHO, V.A.; PERESIN, G.L.; SACOMANO NETO, M. **Vantagem competitiva: uma releitura teórica de Porter.** In: CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO – ADMINISTRAÇÃO (CONVIBRA), VIII, 2011. **Anais online...**, 2011.

XISTO, José Gustavo Resende de. **Contribuição para o desenvolvimento de um modelo de sustentabilidade financeira de empresas.** 2007. 100f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Administração de organizações, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2007.

ANEXOS

Roteiro da Entrevista Estruturada

Entrevista realizada com os gestores da área socioambiental da Cia. de Energia Elétrica do Estado do Tocantins – Celtins.

Identificação:

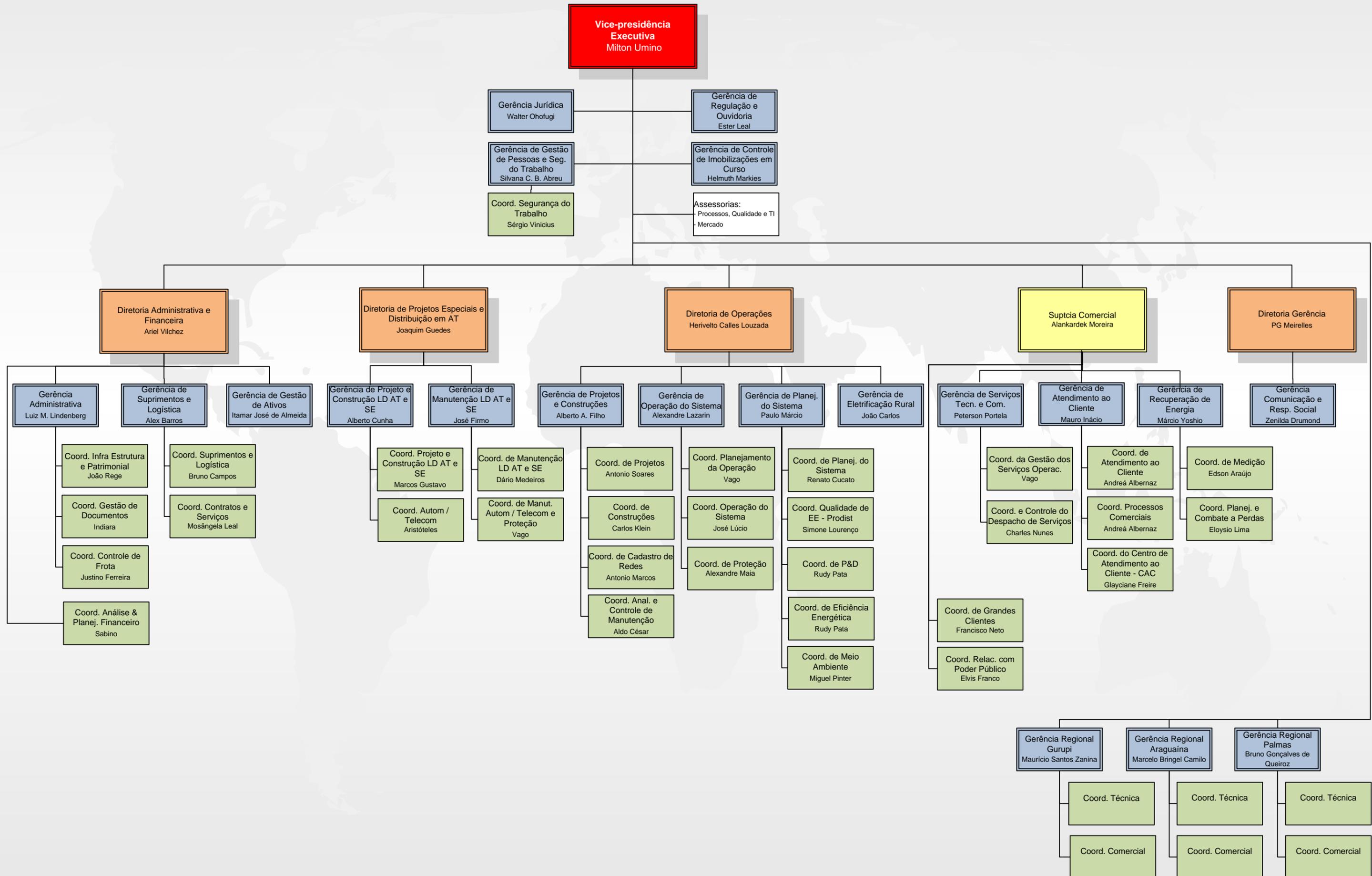
Nome: _____

Cargo: _____

Área de formação: _____

Data: ____/____/____.

1. Qual a concepção da empresa com relação ao tema Responsabilidade Socioambiental Corporativa - RSC?
2. Quando e por que a empresa iniciou a prática da RSC?
3. De que maneira as ações socioambientais se incorporam no cotidiano da empresa?
4. Qual o feedback obtido com a prática da RSC na Celtins?
5. Como é feita a articulação das políticas socioambientais e os objetivos organizacionais?
6. De que maneira a Celtins exerce a RSC interna e quais os efeitos desejados?
7. Quais as formas utilizadas para dar publicidade (divulgar) às ações de caráter socioambiental da empresa?
8. Quais as implicações das certificações socioambientais para o negócio da empresa? Existe alguma previsão para a certificação nas áreas ambiental e de saúde e segurança no trabalho?
9. O investimento em ações socioambientais é percebido pelo público de interesse da empresa de maneira a agregar valor na sua imagem institucional?
10. O que foi levado em consideração ao decidir qual necessidade da comunidade suprir?
11. De que forma é realizada a prática do voluntariado na Celtins? Como se dá a flexibilização do horário de trabalho dos voluntários?



Política de Sustentabilidade

Compromissos Rede Energia



Valores, Transparência e Governança

- . Disseminar valores, políticas e manter canais de comunicação abertos com nossos stakeholders.
- . Prestar contas de nossas ações e respectivos impactos de forma clara e transparente.
- . Estabelecer uma relação de confiança e considerar as expectativas e opiniões de nossos stakeholders.

Governo e Sociedade

- . Ao interagir com todos os nossos públicos, adotar padrões éticos, fundamentados em princípios de honestidade, integridade e transparência.
- . Contribuir sempre que pertinente e possível, com políticas, programas e projetos que colaborem para o desenvolvimento sustentável de nossa área de concessão.
- . Cumprir a legislação ambiental, a legislação de saúde e segurança do trabalho e demais normas vigentes.

Fornecedores

- . Assegurar a equidade, a isenção e a integridade na relação com fornecedores e parceiros, contribuindo para o seu desenvolvimento por meio do compartilhamento de conhecimento, diretrizes e valores, estimulando seu envolvimento em práticas de responsabilidade socioambientais.

Clientes e Consumidores (Qualidade)

- . Atender às expectativas dos nossos acionistas, colaboradores, parceiros, do órgão regulador e consumidores, por meio do comprometimento constante com a melhoria da qualidade da energia fornecida e dos serviços prestados, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico e ambiental.
- . Buscar a melhoria contínua no tratamento das reclamações registradas por consumidores, por meio da gestão eficaz dos processos e indicadores relacionados.
- . Promover a melhoria contínua de nossos sistemas de gestão.

Comunidade

- . Atuar como agente de melhorias socioambientais, maximizando os impactos positivos e minimizando os impactos negativos de nossas atividades, viabilizando investimentos socioambientais que promovam o desenvolvimento regional, a geração de renda, o esporte e a educação, respeitando a cultura, os valores e costumes das comunidades que atendemos.
- . Respeitar os direitos humanos e apoiar o cumprimento das “Metas do Milênio”, incentivando nossa rede de relacionamento a fazer o mesmo.

Público Interno

- . Valorizar e respeitar o colaborador, adotando práticas de trabalho que promovam a segurança e a saúde, proporcionando um ambiente seguro e adequado, estimulando a participação na gestão do negócio, garantindo o direito à associação e à negociação coletiva, respeitando a diversidade; motivando a construção de uma harmonia interna e a melhoria da qualidade de vida.

Meio Ambiente

- . Promover a preservação do meio-ambiente, a prevenção da poluição e o consumo consciente.
- . Estimular a educação ambiental dos colaboradores, fornecedores e da comunidade.
- . Apoiar entidades de pesquisas, a inovação tecnológica e do setor elétrico associadas ao meio-ambiente, à saúde e à segurança do trabalho.

| 1. Base de cálculo | 20XX Valor (mil reais) | | | 20XX-1 Valor (mil reais) | | |
|--|---|------------------------------|---|-----------------------------|---|---------------------------------|
| Receita líquida (RL) | | | | | | |
| Resultado operacional (RO) | | | | | | |
| Folha de pagamento bruta (FPB) | | | | | | |
| 2. Indicadores sociais internos | Valor (mil R\$) | % Sobre FPB | % Sobre RL | Valor (mil R\$) | % Sobre FPB | % Sobre RL |
| Alimentação | | | | | | |
| Encargos sociais compulsórios | | | | | | |
| Previdência privada | | | | | | |
| Saúde | | | | | | |
| Segurança e saúde no trabalho | | | | | | |
| Educação | | | | | | |
| Cultura | | | | | | |
| Capacitação e desenvolvimento profissional | | | | | | |
| Creches ou auxílio-creche | | | | | | |
| Participação nos lucros ou resultados | | | | | | |
| Outros | | | | | | |
| Total - Indicadores sociais internos | | | | | | |
| 3. Indicadores sociais externos | Valor (mil R\$) | % Sobre RO | % Sobre RL | Valor (mil R\$) | % Sobre RO | % Sobre RL |
| Educação | | | | | | |
| Cultura | | | | | | |
| Saúde e saneamento | | | | | | |
| Esporte | | | | | | |
| Combate à fome e segurança alimentar | | | | | | |
| Outros | | | | | | |
| Total das contribuições para a sociedade | | | | | | |
| Tributos (excluídos encargos sociais) | | | | | | |
| Total - Indicadores sociais externos | | | | | | |
| 4. Indicadores ambientais | Valor (mil R\$) | % Sobre RO | % Sobre RL | Valor (mil R\$) | % Sobre RO | % Sobre RL |
| Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa | | | | | | |
| Investimentos em programas e/ou projetos externos | | | | | | |
| Total dos investimentos em meio ambiente | | | | | | |
| Quanto ao estabelecimento de metas anuais para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa: | () não possui metas () cumpre de 51 a 75% | | () não possui metas () cumpre de 51 a 75% | | () cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76 a 100% | |
| | () cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76 a 100% | | () cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76 a 100% | | | |
| 5. Indicadores do corpo funcional | | | | | | |
| Nº de empregados(as) ao final do período | | | | | | |
| Nº de admissões durante o período | | | | | | |
| Nº de empregados(as) terceirizados(as) | | | | | | |
| Nº de estagiários(as) | | | | | | |
| Nº de empregados(as) acima de 45 anos | | | | | | |
| Nº de mulheres que trabalham na empresa | | | | | | |
| % de cargos de chefia ocupados por mulheres | | | | | | |
| Nº de negros(as) que trabalham na empresa | | | | | | |
| % de cargos de chefia ocupados por negros(as) | | | | | | |
| Nº de pessoas com deficiência ou necessidades especiais | | | | | | |
| 6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial | 20XX | | | Metas 20XX+1 | | |
| Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa | | | | | | |
| Número total de acidentes de trabalho | | | | | | |
| Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por: | [] direção | [] direção e gerências | [] todos(as) empregados(as) | [] direção | [] direção e gerências | [] todos(as) empregados(as) |
| Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por: | [] direção e gerências | [] todos(as) empregados(as) | [] todos(as) + Cipa | [] direção e gerências | [] todos(as) empregados(as) | [] todos(as) + Cipa |
| Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa: | [] não se envolve | [] segue as normas da OIT | [] incentiva e segue a OIT | [] não se envolverá | [] seguirá as normas da OIT | [] incentivará e seguirá a OIT |
| A previdência privada contempla: | [] direção | [] direção e gerências | [] todos(as) empregados(as) | [] direção | [] direção e gerências | [] todos(as) empregados(as) |
| A participação nos lucros ou resultados contempla: | [] direção | [] direção e gerências | [] todos(as) empregados(as) | [] direção | [] direção e gerências | [] todos(as) empregados(as) |
| Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa: | [] não são considerados | [] são sugeridos | [] são exigidos | [] não serão considerados | [] serão sugeridos | [] serão exigidos |
| Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa: | [] não se envolve | [] apóia | [] organiza e incentiva | [] não se envolverá | [] apoiará | [] organizará e incentivará |
| Número total de reclamações e críticas de consumidores(as): | na empresa | no Procon | na Justiça | na empresa | no Procon | na Justiça |
| % de reclamações e críticas solucionadas: | na empresa _____% | no Procon _____% | na Justiça _____% | na empresa _____% | no Procon _____% | na Justiça _____% |
| Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$): | Em 20XX: | | | Em 20XX-1: | | |
| Distribuição do Valor Adicionado (DVA): | _____ % governo | _____ % colaboradores(as) | _____ % acionistas | _____ % governo | _____ % colaboradores(as) | _____ % acionistas |
| | _____ % terceiros | _____ % retido | | _____ % terceiros | _____ % retido | |
| 7. Outras informações | | | | | | |

Instruções para o preenchimento

| | |
|---|---|
| Realização | Este Balanço Social (BS) deve apresentar os projetos e as ações sociais e ambientais efetivamente realizados pela empresa Sugestão: este BS deve ser o resultado de amplo processo participativo que envolva a comunidade interna e externa |
| Publicação | Este BS deve ser apresentado como complemento em outros tipos de demonstrações financeiras e socioambientais; publicado isoladamente em jornais e revistas; amplamente divulgado entre funcionários(as), clientes, fornecedores e a sociedade. Pode ser acompanhado de outros itens e de informações qualitativas (textos e fotos) que a empresa julgue necessários |
| Selo "Balanço Social Ibase/Betinho" | A empresa que realizar e publicar o seu balanço social, utilizando este modelo mínimo sugerido pelo Ibase, pode receber o direito de utilizar o Selo Balanço Social Ibase/Betinho nos seus documentos, relatórios, papelaria, produtos, embalagens, site etc. Mais informações e normas: www.balancosocial.org.br RESTRIÇÕES: o Selo Balanço Social Ibase/Betinho NÃO será fornecido às empresas de cigarro, armas de fogo/munições e bebidas alcoólicas. O Ibase não concede, suspende e/ou retira o Selo Balanço Social Ibase/Betinho conforme critérios estabelecidos no site www.balancosocial.org.br |
| 1. Base de cálculo | Itens incluídos |
| Receita líquida | Receita bruta excluída dos impostos, contribuições, devoluções, abatimentos e descontos comerciais |
| Resultado operacional | Este se encontra entre o Lucro Bruto e o LAIR (Lucro Antes do Imposto de Renda), ou seja, antes das receitas e despesas não operacionais |
| Folha de pagamento bruta | Somatório de remuneração (salários, gratificações, comissões e abonos), 13º salário, férias e encargos sociais compulsórios (INSS, FGTS e contribuição social). |
| 2. Indicadores sociais internos | |
| Alimentação | Gastos com restaurante, vale-refeição, lanches, cestas básicas e outros relacionados à alimentação de empregados(as) |
| Previdência privada | Planos especiais de aposentadoria, fundações previdenciárias, complementações de benefícios a aposentados(as) e seus dependentes |
| Saúde | Plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde, inclusive de aposentados(as) |
| Educação | Gastos com ensino regular em todos os níveis, reembolso de educação, bolsas, assinaturas de revistas, gastos com biblioteca (excluído pessoal) e outros gastos com educação |
| Cultura | Gastos com eventos e manifestações artísticas e culturais (música, teatro, cinema, literatura e outras artes) |
| Capacitação e desenvolvimento profissional | Recursos investidos em treinamentos, cursos, estágios (excluído os salários) e gastos voltados especificamente para capacitação relacionada com a atividade desenvolvida por empregados(as) |
| Creches ou auxílio-creche | Creche no local ou auxílio-creche a empregados(as) |
| Participação nos lucros ou resultados | Participações que não caracterizem complemento de salários |
| Outros benefícios | Seguros (parcela paga pela empresa), empréstimos (só o custo), gastos com atividades recreativas, transportes, moradia e outros benefícios oferecidos a empregados(as) podem ser aqui enumerados |
| 3. Indicadores sociais externos | |
| Total das contribuições para a sociedade | Somatório dos investimentos na comunidade que aparecem discriminados Os itens na tabela aparecem como indicação de setores importantes onde a empresa deve investir (como habitação, creche, lazer e diversão, por exemplo). Porém podem aparecer aqui somente os investimentos focais que a empresa realiza regularmente |
| Tributos (excluídos encargos sociais) | Impostos, contribuições e taxas federais, estaduais e municipais |
| 4. Indicadores ambientais | |
| Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa | Investimentos, monitoramento da qualidade dos resíduos/efluentes, despoluição, gastos com a introdução de métodos não-poluentes, auditorias ambientais, programas de educação ambiental para os(as) funcionários(as) e outros gastos com o objetivo de incrementar e buscar o melhoramento contínuo da qualidade ambiental na produção/operação da empresa |
| Investimentos em programas/projetos externos | Despoluição, conservação de recursos ambientais, campanhas ecológicas e educação socioambiental para a comunidade externa e para a sociedade em geral |
| Metas anuais | Resultado médio percentual alcançado pela empresa no cumprimento de metas ambientais estabelecidas pela própria corporação, por organizações da sociedade civil e/ou por parâmetros internacionais como o Global Reporting Initiative (GRI) |
| 5. Indicadores do corpo funcional | |
| Nº de negros(as) que trabalham na empresa | Considerar como trabalhadores(as) negros(as) o somatório de indivíduos classificados/autodeclarados como de pele preta e parda (conforme a RAIS) |
| 6. Informações relevantes | |
| Relação entre a maior e a menor remuneração | Resultado absoluto da divisão da maior remuneração pela menor |
| Número total de acidentes de trabalho | Todos os acidentes de trabalho registrados durante o ano |
| Normas | Conforme as Convenções 87, 98, 135 e 154 da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e os itens da norma Social Accountability 8000 (SA 8000) |
| Valor adicionado | Mais informações: www.balancosocial.org.br |
| 7. Outras informações | |
| | Outras informações importantes quanto ao exercício da responsabilidade social, ética e transparência. Declarações para as empresas que solicitaram o Selo Balanço Social Ibase/Betinho. |