



INSERÇÃO DE ASPECTOS SOCIAIS NA SUSTENTABILIDADE E O AUMENTO DO ESCOPO DO FENÔMENO ALÉM DA ESFERA AMBIENTAL: O TRATAMENTO CONJUNTO POR EMPRESAS BRASILEIRAS

Leonardo Petrilli

Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA).

Docente Assistente do curso de Administração da Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA), Campus Parauapebas.

Alessandra Rachid

Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR).

Docente Associada ao Departamento de Engenharia de Produção (DEP), Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR).

Mário Sacomano Neto

Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR).

Docente Adjunto do Departamento de Engenharia de Produção (DEP), Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR).

RESUMO

Nos últimos anos, um dos eixos da responsabilidade social, a questão ambiental, começou a ganhar mais destaque, assim como a divulgação de práticas de sustentabilidade. A ideia do *triple bottom line*, o “tripé” da sustentabilidade, defende que uma organização deve ter resultados satisfatórios nas três esferas: econômica, social e ambiental. De acordo com essa formulação, a preocupação social está contida dentro do tema da sustentabilidade. As ações de responsabilidade social e sustentabilidade possuem um forte caráter social e têm a intenção de validar uma mudança de postura das organizações, na tentativa de diminuir um pouco a atenção exclusiva às ações de natureza financeira, que objetivam apenas a sustentabilidade econômica e o retorno de seus *shareholders* (acionistas). A pesquisa tem como objetivo demonstrar que o fenômeno da sustentabilidade, antes relacionado às ações ambientais, teve o seu escopo ampliado, incluindo também aspectos sociais. Fatores antes relacionados apenas à responsabilidade social, passam a ser evidenciados no entendimento da sustentabilidade. Para tal observação, foi realizada uma revisão da literatura e um levantamento de dados em empresas brasileiras, utilizando uma amostra intencional. A pesquisa demonstra que a literatura passou a indicar uma associação entre os fenômenos e os dados revelam que as empresas abordam práticas e ações sociais dentro de seus programas de sustentabilidade.

Palavras-Chaves: Sustentabilidade; Responsabilidade social; Fenômenos.

INSERTION OF SOCIAL ASPECTS IN SUSTAINABILITY AND INCREASING THE SCOPE OF THE PHENOMENON BEYOND THE ENVIRONMENTAL SPHERE: THE JOINT TREATMENT BY BRAZILIAN COMPANIES

ABSTRACT

In recent years, one of the axes of social responsibility, the environmental issue, began to gain more prominence, as well as the dissemination of sustainability practices. The idea of the triple bottom line, the sustainability tripod, argues that an organization must have satisfactory results in the three economic, social and environmental spheres. According to this formulation, the social concern is contained within the theme of sustainability. The actions of social responsibility and sustainability have a strong social character and are intended to validate a change of position of the organizations, in an attempt to reduce a little the exclusive attention to actions of a financial nature, which aim only at economic sustainability and the return of its shareholders. The research aims to demonstrate that the phenomenon of sustainability, previously related to environmental actions, had its scope expanded, including also social aspects. Factors previously related only to social responsibility, are now evident in the understanding of sustainability. For this observation, a review of the literature and a survey of data in Brazilian companies was carried out, using an intentional sample. The research shows that the literature indicates an association between the phenomenon and the data reveal that the companies approach social practices and actions within their sustainability programs.

Keywords: Sustainability; Social responsibility; Phenomenon

INSERCIÓN DE ASPECTOS SOCIALES EN LA SOSTENIBILIDAD Y EL AUMENTO DEL ESCOPO DEL FENÓMENO MÁS DE LA ESFERA AMBIENTAL: EL TRATAMIENTO CONJUNTO POR EMPRESAS BRASILEÑAS

RESUMEN

En los últimos años, uno de los ejes de la responsabilidad social, la cuestión ambiental, comenzó a ganar más destaque, así como la divulgación de prácticas de sustentabilidad. La idea del triple bottom line, el "trípode" de la sostenibilidad, defiende que una organización debe tener resultados satisfactorios en las tres esferas: económica, social y ambiental. De acuerdo con esa formulación, la preocupación social está contenida dentro del tema de la sostenibilidad. Las acciones de responsabilidad social y sostenibilidad poseen un fuerte carácter social y tienen la intención de validar un cambio de postura de las organizaciones, en el intento de disminuir un poco la atención exclusiva a las acciones de naturaleza financiera, que objetivan sólo la sostenibilidad económica y el retorno de las mismas sus accionistas (accionistas). La investigación tiene

como objetivo demostrar que el fenómeno de la sostenibilidad, antes relacionado con las acciones ambientales, tuvo su alcance ampliado, incluyendo también aspectos sociales. Los factores antes referidos sólo a la responsabilidad social, pasan a ser evidenciados en el entendimiento de la sustentabilidad. Para tal observación, se realizó una revisión de la literatura y un levantamiento de datos en empresas brasileñas, utilizando una muestra intencional. La investigación demuestra que la literatura pasó a indicar una asociación entre los fenómenos y los datos revelan que las empresas abordan prácticas y acciones sociales dentro de sus programas de sustentabilidad.

Palabras Clave: Sustentabilidad; Responsabilidad social; Fenómenos.

1. INTRODUÇÃO

A responsabilidade social é um fenômeno que começou a surgir nos anos 1960, nos Estados Unidos e, desde então, se difundiu para outros países e foi adotada por inúmeras empresas, visto sua capacidade de comunicar ao mercado as ações de natureza social realizadas pelas organizações (TEIXEIRA, 2004). No Brasil, segundo Machado Filho (2006) a responsabilidade social começou a ser valorizada e ganhou forte impulso na década de 1990, por meio da ação de entidades não governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão.

As empresas perceberam o potencial de melhora da imagem institucional que essas ações possuem. A responsabilidade social encorajou mudanças no discurso empresarial. Nas últimas décadas, houve uma grande divulgação de iniciativas nessa área, o que, para alguns autores, configura uma prática de *marketing* social (OLIVEIRA, 2008). Os compromissos assumidos em função da responsabilidade social podem sinalizar a empresa como alvo de investimentos (KING 2008; SOYSA e ONEAL 1999). Além da imagem, para as organizações efetivamente interessadas, a responsabilidade social pode ajudá-las a se aproximar do seu público e da sociedade, ao considerar as demandas das comunidades do entorno e da sociedade em geral (FREEMAN, 1984; ASHLEY, 2005). Respondendo positivamente a essas demandas, a organização mostra que não está preocupada apenas com a questão financeira e com os interesses de seus acionistas. As empresas percebem que há uma pressão para agirem dentro de padrões éticos e sustentáveis com seus públicos interno e externo, avaliando o seu desempenho socioambiental em suas estratégias e comunicando os investimentos que realiza nesse campo. Para Carroll e Hoy (1984), o processo de construção estratégica é incompleto sem a inclusão da Responsabilidade Social.

Nos últimos anos, um dos eixos da responsabilidade social, a questão ambiental, começou a ganhar mais destaque, assim como a divulgação de práticas de sustentabilidade, o que também tem se refletido nas publicações acadêmicas, como pode ser observado no levantamento bibliográfico apresentado adiante. Este indica um aumento na disseminação das práticas de sustentabilidade que não vem mais sendo observado nas práticas de responsabilidade social.

John Elkington (2004), pioneiro do tema, defende a ideia do *triple bottom line*, o “tripé” da sustentabilidade, segundo o qual uma organização deve ter resultados satisfatórios nas três esferas: econômica, social e ambiental. De acordo com essa formulação, a preocupação social está contida dentro do tema da sustentabilidade.

Esses dois fenômenos, antes tratados como equivalentes, foram, em determinado momento, separados e começaram a caminhar de forma independente (DESJARDINS, 1998; KEIJZERS, 2002; MONTIEL, 2008). As ações de responsabilidade social e sustentabilidade possuem um forte caráter social e têm a intenção de validar uma mudança de postura das organizações, na tentativa de diminuir um pouco a atenção

exclusiva às ações de natureza financeira, que objetivam apenas a sustentabilidade econômica e o retorno de seus *shareholders* (acionistas).

Pelo levantamento bibliográfico realizado, percebeu-se que a responsabilidade social passou a ser tratada como um dos aspectos da sustentabilidade. Isso ocorreu, por exemplo, no levantamento do Guia de Sustentabilidade da revista Exame, que surgiu em 2000 voltado para a responsabilidade social, mas em 2007 mudou para área de sustentabilidade. Considerando estas mudanças que veem sendo observadas neste campo, pretende-se verificar o espaço de ambos os conceitos e de seu uso em empresas listadas no Guia da Sustentabilidade da revista Exame. A pesquisa observa, a frente, esse tratamento conjunto dos fenômenos e a inclusão dos aspectos sociais na sustentabilidade.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. RESPONSABILIDADE SOCIAL

As preocupações com a responsabilidade social surgiram a partir da década de 1960, nos Estados Unidos, e em meados da década de 1970, na Europa. Gjølberg (2010) lembra o compromisso da Europa com a responsabilidade social implícita, que incluem um extensivo Estado de bem estar social (*Welfare State*), fortes arranjos neocorporativistas e uma cultura política de participação. A presença de um extenso Estado de bem estar social deve conduzir a um compromisso mais forte com a responsabilidade social (GJØLBERG, 2010). Mais recentemente, esta ganhou espaço nos países em desenvolvimento (TEIXEIRA, 2004; FARIA e SAUERBRONN, 2008).

No Brasil, a responsabilidade social começou a ser valorizada e ganhou forte impulso na década de 1990, por meio da ação de organizações não governamentais (ONGs), institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão. Machado Filho (2006) diz que o processo de redemocratização e a emergência da sociedade civil desde 1988 contribuíram para a mudança na conduta das organizações no Brasil. De acordo com Tenório (2006), a responsabilidade social tende a ganhar força quando a sociedade se mobiliza e pressiona governo e empresas para encontrarem uma solução para os problemas gerados pela sua atuação.

Alledi Filho et al. (2007) ressaltam a pressão sobre as empresas para que estas estejam mais abertas e transparentes em sua relação com a sociedade.

Borger (2001) resalta que, com o passar dos anos, há uma transformação do tema. Antigamente, bastava a instalação de uma empresa em uma determinada região para que as pessoas achassem que aquilo era um benefício para a sociedade, pois a organização trazia empregos e renda.

Até a década de 1950, a responsabilidade social assumia uma dimensão estritamente econômica, sendo entendida como a capacidade empresarial de geração de lucros, criação de empregos, pagamento de impostos e cumprimento das obrigações legais (TENÓRIO, 2006). Bowen (1953) lembra que, nessa época, a visão do conceito era voltada às responsabilidades dos homens de negócio, questionando quais responsabilidades deveriam ser esperadas deles.

Um dos mais citados representantes dessa visão, o economista Milton Friedman (1970), dizia que a única responsabilidade social das empresas era gerar lucro para seus acionistas, dentro das regras sociais (leis), como fica claro no trecho a seguir:

A responsabilidade social da empresa consiste em aumentar seus próprios lucros [...]. Será que os administradores - desde que permaneçam dentro da lei - possuem outras responsabilidades no exercício de suas funções além daquela que é aumentar o capital dos acionistas? Minha resposta é não, eles não têm (FRIEDMAN, 1970, p.33).

Ainda na década de 1950, os tribunais de Nova Jersey deram ganho favorável aos diretores de uma indústria que queriam fazer uma doação de recursos a uma universidade, contrariando seus acionistas. Essa ação foi determinante para o reconhecimento de que as organizações podem agir também pela sociedade e não somente pelos seus acionistas. Dessa forma, a filantropia corporativa passou a ser reconhecida como lei (ASHLEY, 2005).

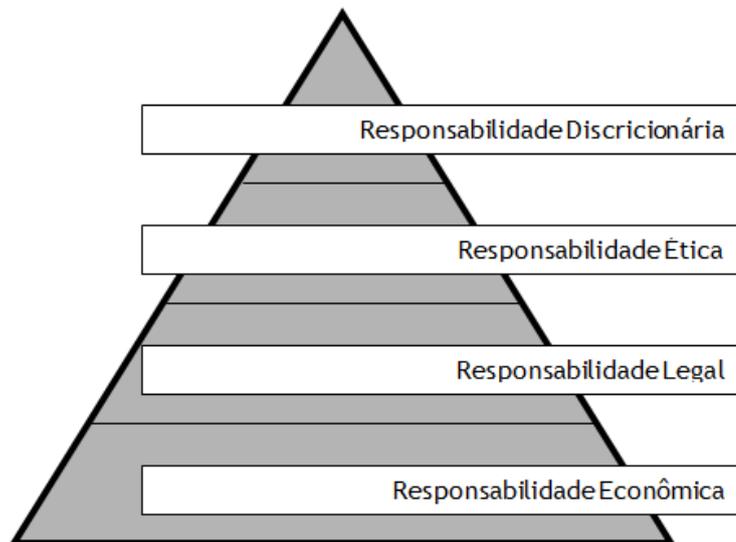
Em 1971, o Comitê para o Desenvolvimento Econômico (CED) dos Estados Unidos utilizou o modelo de círculos concêntricos para descrever os diferentes estágios das empresas em relação à responsabilidade social. Neste modelo, o círculo interno refere-se às empresas cujas atenções estão voltadas apenas para as questões econômicas básicas como crescimento e produção. No círculo intermediário estão empresas que tratam as questões econômicas considerando valores e prioridades sociais. O círculo externo indica as empresas que são ativas na busca pela melhoria do meio social (COMMITTEE FOR ECONOMIC DEVELOPMENT, 1971).

Lim e Tsutsui (2011) lembram que os esforços para institucionalizar a normas mundiais de responsabilidade social datam do início dos anos 1970. A Organização das Nações Unidas (ONU) estabeleceu o Centro de Empresas Transnacionais em 1974; a Organização para a Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OCDE) teve suas diretrizes para empresas multinacionais aprovadas em 1976; e a Organização Internacional do Trabalho (OIT) adotou a declaração de princípios sobre as empresas multinacionais e política social em 1977 (LIM e TSUTSUI, 2011).

Carroll (1979), um dos autores clássicos sobre o tema, insere o valor de ética e a prática de filantropia na definição do conceito, ressaltando que as empresas deveriam ter outras obrigações além das financeiras, pois, segundo o autor, a responsabilidade social engloba a totalidade de obrigações empresariais junto à sociedade. O autor divide

a responsabilidade social em: responsabilidade econômica, legal, ética e discricionária, como é representada na Figura 1.

Figura 1.
Modelo Piramidal de Responsabilidade Social.



Fonte: Carroll (1979).

A base da pirâmide refere-se aos lucros e ganhos financeiros de uma empresa, o qual Carroll esclarece que o motivo do lucro é historicamente a razão do empreendedorismo. Sobre a camada seguinte, chamada de “responsabilidade legal”, o autor ressalta que cumprir os aspectos legais, como leis e regulamentos impostos pelos governos à atividade empresarial é uma condição para a empresas existir e funciona como o cumprimento de um “contrato social” entre empresas e sociedade. Carroll coloca ainda as questões éticas em coexistência com a responsabilidade econômica, e ambas constituem preceitos fundamentais de um sistema de empresa.

O autor do modelo ressalta ainda que mais recentemente as questões éticas e filantrópicas conseguiram um lugar significativo na concepção de responsabilidade social para as empresas. As responsabilidades éticas, segundo Carroll (1979) incorporam as normas estabelecidas pelo âmbito econômico e legal como base para a preocupação com o consumidor, funcionários e acionistas e outros públicos da empresa, preocupando-se com o respeito e proteção a esses *stakeholders*. O movimento de ética nos negócios nas décadas de 1970 e 1980 estabeleceu a ética como um componente legítimo da responsabilidade social.

A responsabilidade discricionária, também conhecida como filantropia, é atingida por meio de iniciativas de obras beneficentes, projetos sociais, entre outras iniciativas desse gênero, sem que haja uma imposição legal. Carroll (1979) considera, ainda, que a filantropia abrange as ações corporativas que são em resposta à expectativa da sociedade de que as empresas tenham uma conduta social mais responsável.

Desde então, seguindo a linha de Carroll, vários outros autores têm defendido um conceito que diverge do proposto por Friedman, ampliando ainda mais o escopo da responsabilidade social, inserindo a preocupação com todos que são afetados pelas atividades das organizações, os chamados *stakeholders*. Tenório (2006) ressalta como “a orientação do negócio visando atender apenas aos interesses dos acionistas torna-se insuficiente, sendo necessária a incorporação de objetivos sociais” (p.20), integrando as empresas à sociedade.

Pensando na responsabilidade social nos moldes mais atuais, Tenório (2006) esclarece que a fase contemporânea da responsabilidade social está associada aos valores requeridos pela sociedade pós-industrial:

Nessa nova concepção do conceito, há o entendimento de que as companhias estão inseridas em um ambiente complexo, onde suas atividades influenciam ou têm impacto sobre diversos agentes sociais, comunidade e sociedade (p.20).

Segundo o Business for Social Responsibility (BSR) sediado nos Estados Unidos:

O conceito de empresa socialmente responsável se aplicará àquela que atue no ambiente de negócios de forma que atinja ou exceda as expectativas éticas, legais e comerciais do ambiente social na qual a empresa se insere (BSR, 2015).

Essa visão contemporânea e bastante difundida opõe-se à visão utilitarista observada nas correntes econômicas do passado. Este ponto de vista aponta que os *stakeholders*, ou seja, os diferentes atores sociais que interagem com a empresa, também devem ser considerados nos programas de responsabilidade social, sejam eles internos, como funcionários, ou externos como fornecedores, clientes, parceiros, dentre outros.

2.2.SUSTENTABILIDADE

Segundo DesJardins (1998), durante os anos de 1990, foi estabelecida uma ligação entre os conceitos de responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável, que antes eram tratados de maneira separada. De acordo com Keijzers (2002), antes, a responsabilidade social referia-se à questões sociais e direitos humanos e a sustentabilidade apenas à questão ambiental (KEIJZERS, 2002). Lehtonen (2004) sinaliza que alguns pesquisadores consideram a sustentabilidade corporativa e a responsabilidade social como equivalentes.

Para Quelhas, Alledi Filho e Meirinõ (2007) todas as inquietações desenvolvidas no campo ambiental encontram paralelo no campo social.

Segundo Alledi (2002) apud Quelhas, Alledi Filho e Meirinõ (2007) a Sustentabilidade e a Responsabilidade Social são conceitos intimamente relacionados: a responsabilidade social tem como objetivo básico promover o bem-estar dos diversos

públicos de uma organização e a sustentabilidade tem como regra fundamental o uso responsável dos fatores ambientais, sociais e econômico-financeiros.

Para Montiel (2008), apesar da abrangência das questões sociais e ambientais, alguns gerentes podem continuar confusos sobre o significado de responsabilidade social ou de sustentabilidade. Definições e construções essenciais para a Responsabilidade Social e Sustentabilidade têm proliferado durante a última década, e isso só contribuiu para a incerteza dos gerentes. O conceito de Responsabilidade Social que integra dimensões ambientais e a tripla conceituação de Sustentabilidade que incorpora dimensões econômicas, sociais e ambientais são muito semelhantes (MONTIEL, 2008).

A sustentabilidade empresarial, segundo Coral, Rossetto e Selig (2003) considera três variáveis relacionadas ao desenvolvimento sustentável que engloba três princípios básicos: equidade social, crescimento econômico e equilíbrio ambiental. É a ideia do *triple bottom line*, o “tripé” da sustentabilidade, que defende a consideração dos aspectos sociais e ambientais e não apenas do econômico para o desenvolvimento (ELKINGTON, 2004; WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT, 1987).

O desenvolvimento sustentável, segundo Meirinõ, Alledi Filho e Quelhas (2007) teve o seu conceito clássico apresentado em 1987 pela Comissão Mundial sobre meio ambiente e desenvolvimento da ONU, presidida pela ex-primeira ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland:

A humanidade tem condições de promover um desenvolvimento sustentável que satisfaça às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades.

Para Quelhas, Alledi Filho e Meirinõ (2007) a sociedade vem percebendo que uma parcela das responsabilidades ambientais e sociais cabe às organizações. Além disso, os impactos negativos consequentes ao processo produtivo não podem ser simplesmente exteriorizados por elas.

O relatório Brundtland concluiu ser necessário um novo tipo de desenvolvimento, capaz de manter o progresso humano não apenas em alguns lugares e por alguns anos, mas em todo o planeta e por um futuro longínquo. Assim, o desenvolvimento sustentável é um objetivo a ser alcançado não só pelas nações em desenvolvimento, mas também pelas industrializadas (ONU, 1987).

O desenvolvimento sustentável segundo Almeida (2002) apud Quelhas, Alledi Filho e Meirinõ e (2007) só será possível num contexto de um mundo em que o poder é equilibradamente dividido em três pólos: o governo, as empresas e a sociedade.

Segundo Quelhas, Alledi Filho e Meirinõ (2007), a sociedade como um todo vem gradativamente ampliando a importância das responsabilidades social e ambiental atreladas aos processos produtivos de bens e serviços. Todo o movimento em prol da

formulação de modelos de desenvolvimento mais equilibrados, capazes de viabilizar uma relação harmônica entre os fatores econômicos, sociais e ambientais vem se potencializando nos últimos anos.

O conceito de sustentabilidade parece estar fortemente relacionado à melhoria de processos, práticas e adoção de padrões na gestão das organizações que conseguem manter os seus resultados financeiros, está permanentemente engajada em soluções sociais e na busca pela proteção de recursos naturais (DELAI e TAKAHASHI, 2011)

Zhu e Sarkis (2004) observam que as empresas adotam práticas de gestão ambiental para melhorar seu desempenho. O surgimento de *rankings* de sustentabilidade e indicadores de responsabilidade social durante as últimas décadas impulsionou muitas empresas a começarem a medir e relatar seus resultados para que todos pudessem ver (KIRON et al, 2012). Segundo Delai e Takahashi (2011), deve-se mensurar a sustentabilidade para considerá-la na tomada de decisão em todos os níveis organizacionais.

O surgimento de publicações como balanços sociais, relatórios de sustentabilidade e outros tipos de documentos elaborados por organizações da área também evidenciam o aumento da importância atribuída ao tema. Uma organização que atua internacionalmente em padronização e assegurar de informações em relatórios dessa natureza é o Global Reporting Initiative (GRI). É observada uma crescente adoção de seus parâmetros para garantir consistência e confiabilidade aos relatórios de sustentabilidade. O Brasil e a América Latina tem em suas mãos a grande oportunidade de abrir um novo caminho para o desenvolvimento humano equitativo e sustentável, dando um salto sobre os modelos insustentáveis do passado.

Segundo Quelhas, Alledi Filho e Meirinõ (2007), as organizações brasileiras devem estar cientes da importância do Brasil no novo cenário mundial traçado para o desenvolvimento sustentável, em função de sua biodiversidade e da extensão do seu território. Esse tema ganhou espaço na esfera acadêmica, empresarial e na sociedade (OLIVEIRA, 2008).

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa analisa as ações de empresas selecionadas nas áreas de Responsabilidade Social e da Sustentabilidade. É uma pesquisa observacional, pois segundo, Forza (2009), estas pesquisas envolvem coleta de dados qualitativos e quantitativos de interesse, em indivíduos de um ou mais grupos, mas sem intervenção.

Pode ser classificada, ainda, como uma pesquisa exploratória, que apenas descreve o fenômeno observado e suas características, mas não tem como intenção qualquer tipo de interferência no fenômeno visualizado. Gil (1999) considera que a pesquisa exploratória tem como objetivo principal desenvolver, esclarecer e modificar

conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Segundo o autor, estes tipos de pesquisas são os que apresentam menor rigidez no planejamento, pois são planejadas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato.

A lógica da pesquisa revela-se como indutiva, pois, a partir dos dados coletados, espera-se observar como é tratada a responsabilidade social e a sustentabilidade nas empresas. Optou-se, então, por outra amostra, intencional, com empresas participantes do Guia da Sustentabilidade da Revista Exame, devido ao fato de ser uma publicação popular no meio organizacional e um instrumento de difusão desses fenômenos no Brasil.

4. RESULTADOS

O levantamento de dados foi realizado junto ao Guia de Sustentabilidade da Revista Exame, que faz uma seleção entre as empresas inscritas a partir de uma análise sobre suas ações. Este Guia foi criado em 2007, em substituição ao “Guia de Boa Cidadania Corporativa” que teve origem em 2000 e destacava as melhores práticas de Responsabilidade Social (EXAME, 2015). Observa-se, portanto, que houve mudanças no seu objeto de análise. De 2000 a 2006, ele analisava práticas de responsabilidade social e, a partir de 2007, passou a analisar as ações de sustentabilidade.

A candidatura para a seleção é voluntária e o método de avaliação é elaborado pelo centro de estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas. Em 2013, foram reconhecidas 61 empresas das mais diversas áreas de negócios. Nos anos anteriores o número de empresas listadas era menor, em torno de vinte.

4.1. PERFIL DAS EMPRESAS

A maioria das empresas listadas no Guia de Sustentabilidade da Revista Exame é de capital nacional, como pode ser observado na Tabela 1. São 40 empresas de capital nacional, seguidas por sete empresas de capital norte-americano e números menores de outros países.

Tabela 1.

Origem do Capital das Empresas listadas no Guia da Exame.

Origem do Capital	Empresas	Porcentagem
Brasil	40	65,6%
Estados Unidos	7	11,5%
Holanda	3	4,9%
Inglaterra	2	3,3%
Luxemburgo	2	3,3%
Suécia	2	3,3%

Origem do Capital	Empresas	Porcentagem
França	1	1,6%
Chile	1	1,6%
Canadá	1	1,6%
Alemanha	1	1,6%
África do Sul	1	1,6%
Total	61	100,0%

Fonte: Elaborado a partir de Exame (2015).

As empresas atuam em diversos setores, como pode ser visto na Tabela 2. Os setores de energia, agronegócio e bens de consumo são os mais representados nesta edição. Não foram encontradas informações sobre o programa de Sustentabilidade de uma empresa. As demais 60 empresas têm programas de Sustentabilidade e apenas duas destas também têm programas de Responsabilidade Social que não fazem parte dos programas de Sustentabilidade e são apresentados de forma separada em suas páginas na internet.

A maioria das empresas (44) oferece a opção de contato para área de “Sustentabilidade” em seu formulário “Fale conosco” e, como mencionado antes, nenhuma delas oferece a opção “Responsabilidade Social”.

Tabela 2.

Setores Econômicos das empresas listadas no Guia da Exame.

Setor Econômico	Quantidade de empresas
Energia	8
Mineração e Siderurgia	7
Bens de Consumo	6
Eletroeletrônicos	5
Química	5
Instituições Financeiras	4
Serviços de Saúde	4
Agronegócio	3
Consultoria, Gestão e TI	3
Autoindústria	2
Bens de Capital	2
Infraestrutura	2
Material de Construção	2
Papel e Celulose	2
Telecomunicações	2
Construção Civil	1
Hotelaria	1
Transporte e Logística	1
PME (Pequena e Média Empresa)	1
Total	61

Fonte: Elaborado a partir de Exame (2015).

4.2. QUANTITATIVO DE PROGRAMAS DE SUSTENTABILIDADE E DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Durante o levantamento não foi encontrado o relatório de Sustentabilidade no caso de três das 60 empresas que possuem programas na área e, em uma delas, o arquivo com o relatório era protegido por senha. A Tabela 3 sintetiza essas informações.

Tabela 3.

Síntese das informações sobre os programas nas empresas do Guia.

Atividade na área da pesquisa	Quantidade de empresas	Porcentagem
Programa de Sustentabilidade	60	98,4%
Relatório de Sustentabilidade <i>online</i>	57	93,4%
Formulário de contato na área	44	72,1%
Programa de Responsabilidade Social	2	3,3%
Total	61	100%

Fonte: Elaborado a partir da pesquisa.

É possível observar a maior importância atribuída ao tema da sustentabilidade frente à responsabilidade social através de informações online dos programas das empresas. Apenas duas empresas descrevem seus programas no espectro da responsabilidade social, representando apenas pouco mais de 3% do total.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os primeiros entendimentos e interpretações acerca da responsabilidade social colocava a questão da eficiência econômica no cerne do fenômeno, quando Friedman afirmou que a responsabilidade social de uma empresa é a geração de lucros para os seus acionistas e de empregos. Esta visão utilitária, ganhou novos aportes com interpretações de outros estudiosos. Archie Carroll contraria Friedman e coloca a questão da ética e da filantropia no centro da responsabilidade social, que, historicamente, passa a ter outro significado, mais comprometido com os diversos públicos das organizações e sociedade do entorno.

Mais tarde, na década de 2000, outro fenômeno organizacional passa a figurar. Trata-se da sustentabilidade, que recebia apenas abordagem ambiental no passado. O seu surgimento e o aumento da sua importância está atrelado à necessidade de um novo modelo empresarial, pautado em atividades que tenham menos impacto.

Esse novo modelo proposto pela sustentabilidade, o desenvolvimento sustentável, une as questões ambientais e sociais ao desempenho econômico das organizações, o que é denominado de tripé da sustentabilidade.

A junção das questões sociais e ambientais em busca do desenvolvimento sustentável demonstra o tratamento conjunto dos fenômenos. As questões sociais são abordadas também pelo tema da sustentabilidade, que além das questões ambientais, como no passado, agora tem um escopo mais amplo.

Desta forma, a pesquisa evidenciou, a partir de uma revisão teórica, a evolução de fenômenos organizacionais, que já foram tratados de forma separada, permitiu a convergência de seus objetos de estudo. Contudo, observa-se a centralidade da busca por um modelo de desenvolvimento sustentável, que pode ser alcançado por ações de melhoria junto à sociedade e meio ambiente, evidenciando a correlação dessas ações pelo mesmo objetivo.

A pesquisa contempla a observação dos fenômenos da Responsabilidade Social e da Sustentabilidade, com o objetivo de visualizar o tratamento e adoção de ambos e perceber ainda, se um tem se sobressaído ao outro, ou seja, se as empresas concentram suas ações mais em um fenômeno específico ou se seus esforços são divididos em ações de natureza tanto social quanto ambiental.

A pesquisa ocorreu por meio de revisão bibliográfica, de um levantamento documental com sessenta e uma empresas listadas no Guia de Sustentabilidade da Revista Exame. Este periódico foi escolhido, devido ao destaque que essa revista tem no meio empresarial, ainda que tenha sido observado uma superficialidade em ações desta natureza no Brasil.

Dentre as 61 empresas listadas no Guia de 2014, publicado em 2015, 60 dessas possuem programas de Sustentabilidade e apenas duas possuem programas de Responsabilidade Social. Esse dado demonstra o tratamento que as empresas brasileiras estão conferindo aos fenômenos da responsabilidade social e sustentabilidade, reforçando as vertentes teóricas sobre a migração dos aspectos sociais para dentro do escopo da sustentabilidade, que passa a tratar conjuntamente ações sociais, ambientais e econômicas, abandonando a premissa arcaica do conceito de que tratava-se apenas de ações relativas às questões ambientais. Esse tratamento revela ainda um comportamento organizacional de seguir tendências. A mudança do objeto de análise do Guia de Boas Práticas Corporativas, que em 2007, passa a ser denominado de Guia de Sustentabilidade, demonstra o aumento da importância deste último tema e as empresas listadas no guia demonstraram o mesmo comportamento, substituindo ações de responsabilidade social pela sustentabilidade.

REFERÊNCIAS

ALLEDI FILHO, C. A. (2013). *Ética da Sustentabilidade*. In: PEREIRA, Tânia da Silva; OLIVEIRA, Guilherme de; MELO, Alda Marina de Campos. (Org.). Cuidado e Sustentabilidade. São Paulo: Atlas, v. 1, p. 119-134.

- ASHLEY, P. A. (2005). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva.
- BORGER, F. G. (2001). *Responsabilidade Social: Efeitos da atuação social na dinâmica empresarial*. 258 p. Tese (Doutorado) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- BOWEN, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Haper e Row.
- BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY INSTITUTE. (2018). *Social Responsibility*. Disponível em:<<http://www.bsr.org>>. Acesso em 12 Abr. 2018.
- CARROLL, A. B. (1979). A Three-Dimensional Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review* v. 4, p.497-505.
- CARROLL, A.; HOY, F. (1984). *Integrating corporate social policy into strategic management*. *Journal of Business Strategic*, v. 4, n.3, pp.48-57.
- COMITÊ PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. (2018). *Responsabilidade Social dos Negócios*. Disponível em:< <https://www.ced.org/reports/single/social-responsibilities-of-business-corporations>>. Acesso em 12 Janeiro 2018.
- CORAL, E; ROSSETO, C. R; SELIG, P. M. (2018). O planejamento estratégico e a formulação de estratégias econômicas, sociais e ambientais: Uma proposta em busca da sustentabilidade empresarial. In: INTERNATIONAL CONFERENCE OF IBEROAMERICAN ACADEMY OF MANAGEMENT, 3ª Ed; 2003, São Paulo. *Anais eletrônicos...* São Paulo. FGV-EAESP, 2003. Disponível em:<http://www.fgvsp.br/iberoamerican/Papers/0306_Artigo%20Iberoamerican%20-%20PEPSE.pdf>. Acesso em 21 Maio 2018.
- DELAI, I., TAKAHASHI, S. (2011). Sustainability measurement system: a reference model proposal, *Social Responsibility Journal*, vol.7, n.30, p. 438-471.
- DESJARDINS, J. (1998). Corporate Environmental Responsibility. *Journal of Business Ethics*, v.17, n.8, p.825-838.
- ELKINGTON, J. Enter the triple bottom line. (2004). In: HENRIQUES, A.; RICHARDSON, J. (Eds.). *The triple bottom line: does it all add up?* London: Earthscan.
- FARIA, A.; SAUERBRONN, F. F. (2008). A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica. *Revista de Administração Pública*. v.42, n.1, pg.07-33, jan/fev.

- FORZA, Cipriano. Surveys. In: Karlson, C. (2009). *Researching Operations Management*. NY, Routledge.
- FREEMAN, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- FRIEDMAN, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *New York Times Magazine*. New York, Sept. 13: pp. 32-33.
- GIL, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5.ed. São Paulo: Atlas.
- GJØLBERG, M. (2010). The Origin of Corporate Social Responsibility: Global Forces or National Legacies? *Socio-Economic Review*, V.7, p.605-637.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). (2018). Sustainability reporting guidelines. 2013. Disponível em: < <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>>. Acessado em: 05 mar. 2018.
- KEIJZERS, G. (2002). The transition to the sustainable enterprise. *Journal of Cleaner Production*, v.10, n.4, p.349-359.
- KING, B. G. (2008). “A Political Mediation Model of Corporate Response to Social Movement Activism.” *Administrative Science Quarterly*,. V. 53. p.395-421.
- KIRON, D., KRUSCHWITZ, N., HAANAES, K., VELKEN, I.S. (2012). Susteinability Nears a Tipping Point. *MIT Sloan Management Review*, vol. 53, p. 68-74.
- LEHTONEN, M. (2004). The environmental-social interface of sustainable development: Capabilities, social capital, institutions. *Ecological Economics*, v.49, n.2, p.199-214.
- LIM, A; TSUTSUI, K. (2011). Globalization and Commitment in Corporate Social Responsibility: Cross-National Analyses of Institutional and Political-Economy Effects. *American Sociological Review*, p.69-77.
- MACHADO FILHO, C. P. (2006). *Responsabilidade social e governança: o debate e as implicações*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- MONTIEL, I. (2008). Corporate Social Responsibility and Corporate Sustainability: Separate pasts, common futures. *Organization & Environment*. V. 21, n.3. p. 245 - 269.
- OLIVEIRA, J. A. P. (2008). *Empresas na sociedade: Sustentabilidade e responsabilidade social*. Rio de Janeiro: Elsevier.

QUELHAS, O. L.G., FILHO, C.A. e MEIRIÑO, M.J. (2007). *Responsabilidade social, ética e sustentabilidade na engenharia de produção*. In: Introdução à Engenharia de Produção. Organização: M. O. Batalha. São Paulo: Campus.

SOYSA, I; ONEAL, J. (1999). "Boon or Bane? Reassessing the Productivity of Foreign Direct Investment." *American Sociological Review*. V. 64. p. 766-782.

TEIXEIRA, L. S. (2004). *Responsabilidade Social Empresarial*. Brasília: Consultoria Legislativa. Câmara dos Deputados.

TENÓRIO, F. G.(2006). *Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática*. Rio de Janeiro: Editora FGV.

ZHU, Q; SARKIS, J. (2004). Relationships between operational practices and performance among early adopters of green supply chain management practices in Chinese manufacturing enterprises. *Journal of Operations Management*, v.22, n.3, p.265-289.