



Introdução da Responsabilidade Social na Empresa

Vitor Seravalli

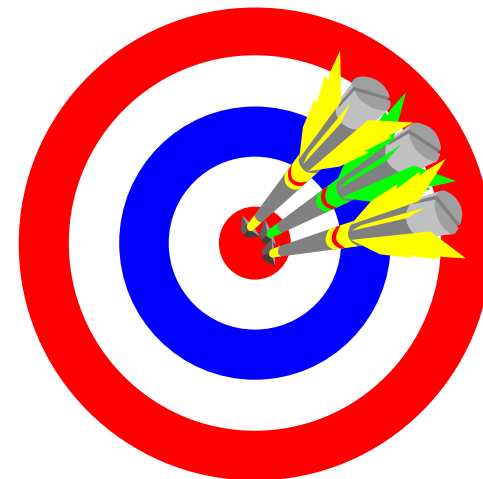
Diretoria Responsabilidade Social do CIESP

Responsabilidade Social Empresarial (RSE) “é uma forma de conduzir os negócios que torna a empresa parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social.”

A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente) e conseguir incorporá-los ao planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos, não apenas dos acionistas ou proprietários” (ETHOS).

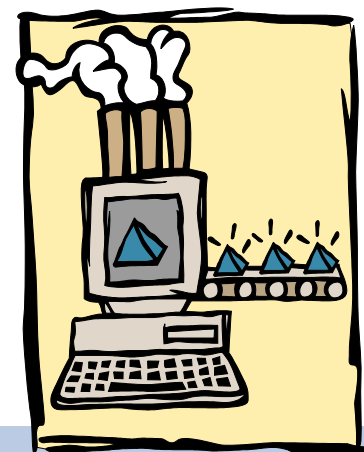
Responsabilidade social corporativa e cidadania corporativa são conceitos que muitas vezes são compreendidos como sinônimos de sustentabilidade.

A responsabilidade social das empresas é um caminho que pode conduzir à sustentabilidade.



Há mais de 100 definições de “Sustentabilidade” e “Desenvolvimento Sustentável”, porém a mais conhecida é a da Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento.

Nela se considera que o desenvolvimento é sustentável quando “satisfaz as necessidades da geração atual sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades”.

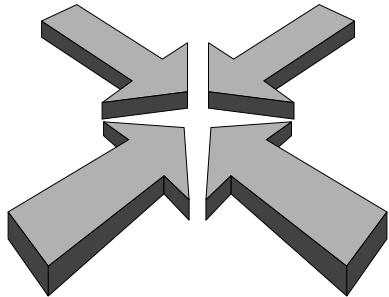


Tradicionalmente, o termo se refere a uma autorização dada pelo poder público local, departamental ou nacional, conforme o caso, para que uma empresa possa atuar.

Porém, o termo correto se refere, cada vez mais, ao respaldo e à confiança dada pelos diversos grupos de *stakeholders*.

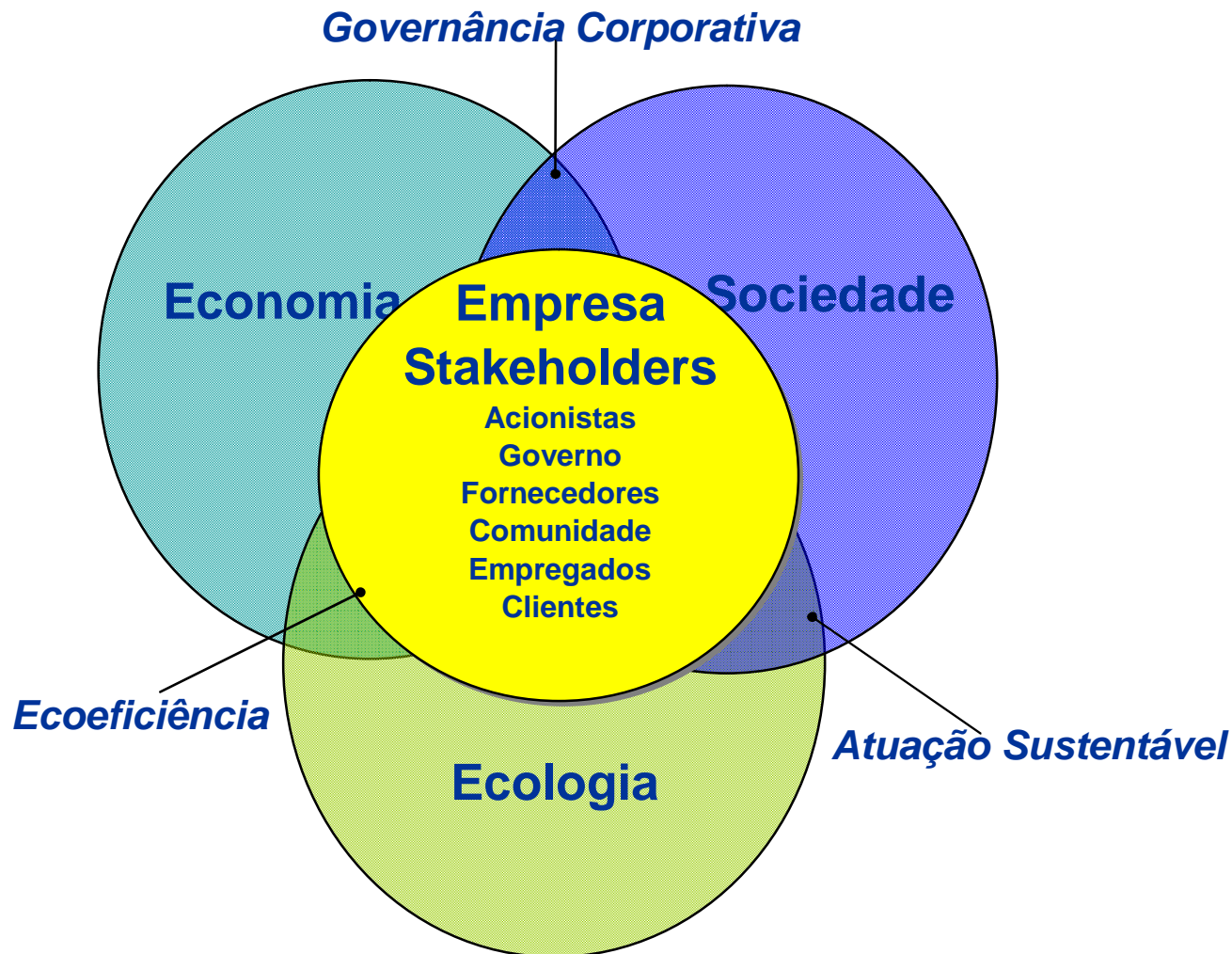
Para ser comercialmente viável a longo prazo, a empresa precisa manter sua licença de operação junto aos seus *stakeholders*.





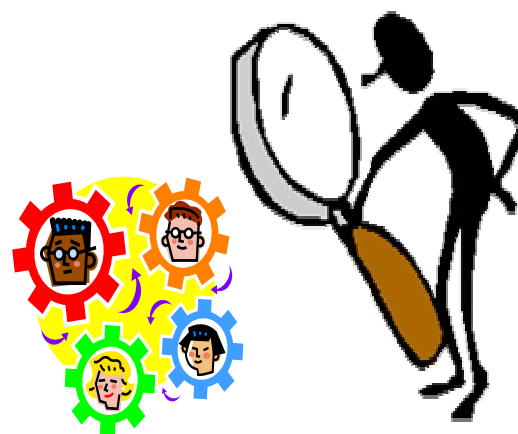
Stakeholders

Sustentabilidade: Relação integrada e Stakeholders



- Desenvolver novos produtos;
- Aumentar as vendas de produtos já existentes;
- Obter melhores preços por produtos com atributos ambientais e sociais positivos;
- Conquistar ou ter facilidades de acesso a mercados graças a credenciais de sustentabilidade.

A análise dos impactos ambientais durante o ciclo de vida dos produtos ou serviços é cada vez mais importante.



- **ISO 14001** - Normaliza sistemas de gestão ambiental das empresas. Mais de 20 mil empresas foram certificadas pela Norma ISO 14001. Quase um quinto delas estão locadas em mercados emergentes.
- **SA8000** - Certificação mais focada para relações de trabalho. De mais de cem unidades que foram certificadas já no início de 2002, 75% estavam localizadas em mercados emergentes.



Empresários de países emergentes, frequentemente têm dúvidas sobre os reais benefícios de adotar práticas sustentáveis. Muitas destas dúvidas, na realidade, são verdadeiros mitos, algumas vezes difundidos por meios, que se constituem em barreiras para a sustentabilidade destes países. Em seguida, analisamos alguns destes mitos e apresentamos argumentos positivos em relação à sustentabilidade.



1. Sustentabilidade é uma barreira comercial criada para dificultar a concorrência internacional para os países em desenvolvimento

- Não se pode negar que as preocupações sócio-ambientais aumentaram nos últimos anos e estão na base da opinião pública. Neste quadro, a sustentabilidade é uma resposta das empresas às demandas sociais. Por isso, as empresas de países em desenvolvimento não devem considerar a sustentabilidade como um risco para seus negócios. Pelo contrário, a prática da sustentabilidade pode contribuir para diminuir os riscos e ampliar o acesso aos mercados e ao capital.

2. A sustentabilidade aumenta os custos e as empresas não podem pagar pelos mesmos

- As ações na área socio-ambiental são investimentos muitas vezes necessários. Como em todo investimento, as empresas devem avaliar riscos, fontes de recursos e retorno.**
- As boas práticas sociais e ambientais podem levar a reduzir custos.**

3. A sustentabilidade interfere no funcionamento dos mercados e desvia as empresas de seus objetivos

- **A sustentabilidade deve se tornar uma característica básica dos produtos e dos serviços, adquirindo importância similar à dos preços e qualidade.**
- **Temas como impacto ambiental reduzido e ganhos para as comunidades envolvidas estão nas pautas de organizações da sociedade e as empresas deverão responder adequadamente a estas pressões.**

4. A sustentabilidade não é nada mais que filantropia

- Em certos países, onde a filantropia tem uma longa tradição, é comum confundir os conceitos de responsabilidade social, filantropia e sustentabilidade.
- Vale dizer que sustentabilidade e responsabilidade social se relacionam com as **estratégias das empresas que buscam se manter no mercado a curto, médio e longo prazo,**
- **Prever e controlar os impactos sócio-ambientais de seus produtos e serviços são ações que não devem ser confundidas com filantropia.**

5. As empresas são obrigadas a seguir as agendas estabelecidas pelas ONG's

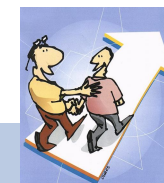
- É necessário que as empresas compreendam que as ONG's desempenham um papel social importante e que se configuram como *stakeholders*. O diálogo entre empresas e ONG's permite que ambas as partes conheçam suas limitações e possam estabelecer alianças com o objetivo de obter benefícios mútuos.

Oportunidades



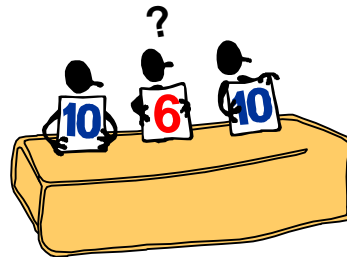
CIESP

- Ser a empresa pioneira em alinhar suas práticas comerciais, sociais e ambientais com as práticas de sustentabilidade que se embasem na Responsabilidade Social Empresarial.
- Distinguir os produtos com um selo de qualidade de RSE.
- Abertura de novos mercados.
- Manutenção de mercados altamente exigentes, onde o consumidor tem informação e a educação para forçar decisões, onde os consumidores valorizam seu tempo e conhecem as opções de preço e qualidade de um produto.
- Responder oportuna e adequadamente às tendências detectadas nos mercados de países desenvolvidos, em referência à informação requerida dos produtos.





- Aumento das exigências em RSE dos países desenvolvidos, por exemplo, práticas de empresas europeias alinhadas com as diretrizes de Responsabilidade Social Empresarial da Comunidade Européia



Rápido avanço de países concorrentes, como Nova Zelândia, África do Sul e Austrália.



A atitude da empresa em relação à sustentabilidade é encarada, cada vez mais, como sua evidente capacidade para enfrentar desafios. Com isto, ela demonstra o quanto a empresa está disposta a investir para conquistar mercados mais exigentes que possuem investidores com critérios sociais desenvolvidos.



1. As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente, na sua área de influência;
2. As empresas devem certificar-se de que não participam em abusos e violações de direitos humanos.
3. As empresas são chamadas a apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;
4. As empresas devem apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
5. As empresas devem apoiar a erradicação efetiva do trabalho infantil; e
6. As empresas devem apoiar a eliminação da discriminação no emprego e ocupação.
7. As empresas devem adotar uma abordagem preventiva para os desafios ambientais;
8. Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental; e
9. Incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis.
10. As empresas devem combater a corrupção sob todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.



1 RESPEITAR
e apoiar os direitos humanos reconhecidos internacionalmente na sua área de influência



2 ASSEGURAR
a não participação da empresa em violações dos direitos humanos



3 APOIAR
a liberdade de associação e reconhecer o direito à negociação coletiva



4 ELIMINAR
todas as formas de trabalho forçado ou compulsório



5 ERRADICAR
efetivamente todas as formas de trabalho infantil na sua cadeia produtiva



6 ESTIMULAR
práticas que eliminem qualquer tipo de discriminação no emprego



7 ASSUMIR
uma abordagem preventiva, responsável e proativa para os desafios ambientais



8 DESENVOLVER
iniciativas e práticas para promover e disseminar a responsabilidade socioambiental



9 INCENTIVAR
o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente responsáveis



10 COMBATER
a corrupção em todas suas formas, incluindo extorsão e suborno

A garrafa que virou resina

Benefícios:

- **Ambiental:**
60 milhões de garrafas PET recicladas por ano – 40% de efluentes líquidos no processo.
- **Economia:**
3 milhões / ano
(10% redução nos custos de MP)
- **Social:**
635 novos empregos.





Obrigado

vitor@seravalli.com.br

Diretoria de Responsabilidade Social

vgseravalli@ciesp.org.br

55 11 3549 3270