



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FATECS
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
ÁREA: MARKETING

GESTÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E RESULTADOS FINANCEIROS

CÍNTIA SOARES BERALDO
RA 2055017/7

PROFESSOR ORIENTADOR
Marcos André Sarmiento Melo

BRASÍLIA
2009

CÍNTIA SOARES BERALDO

**GESTÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E RESULTADOS
FINANCEIROS**

Monografia apresentada como um dos
Requisitos para conclusão do curso de
Administração do Uniceub - Centro
Universitário de Brasília.

Orientador: Marcos André Sarmento Melo

Brasília
2009

CÍNTIA SOARES BERALDO

GESTÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E RESULTADOS FINANCEIROS

Monografia apresentada como um dos
Requisitos para conclusão do curso de
Administração do Uniceub - Centro
Universitário de Brasília.

Orientador: Marcos André Sarmiento Melo

Banca examinadora

Prof. Marcos André Sarmiento Melo
Orientador (a)

Prof. Alano Nogueira Matias
Examinador

Prof. José Antônio Rodrigues
Examinador

Dedico,
Aos meus pais, Lúcia e Ivo pela
dedicação em todos
os momentos da minha
vida. Proporcionando amor e alegria.

Ao Leonardo que caminha do meu
lado me incentivando, ao meu filho
que é minha fonte de inspiração.

A todos meus amigos e familiares que me
ajudaram a desenvolver este
trabalho.

Agradeço ao meu orientador pela dedicação, sendo peça chave no desempenho desta monografia.

Agradeço ainda a todos os professores e funcionários por colaborar direta ou indiretamente, auxiliando na conclusão desta pesquisa.

Bom mesmo é ir à luta com
determinação, abraçar a vida com paixão,
perder com classe e viver com ousadia,
pois o triunfo pertence a quem se atreve.

Charli Chaplin

RESUMO

Este trabalho pretende mostrar a importância da responsabilidade social nas modificações em resultados financeiros das organizações. A responsabilidade social é entendida como uma nova maneira de conduzir os negócios, onde engloba preocupação dos *stakeholders*. A presente monografia, também pretende mostrar a necessidade de investimento voltado para a responsabilidade social, diante do novo cenário, que impõem as empresas novos processos de gestão e investimentos. O objetivo deste trabalho é analisar a gestão de responsabilidade social e seus impactos em resultados financeiros. Para elaboração desta monografia, foi realizada uma pesquisa tipo exploratória e qualitativa, procedimento monográfico com pesquisa bibliográfica de vários autores relacionados com estes assuntos. A pesquisa identifica os impactos em resultados financeiros aumenta os fatores positivos, como a valorização da marca, obtém funcionários comprometidos com os resultados da empresa, conquista e fideliza novos investidores, adquire reconhecimento do mercado.

Palavras chave: Responsabilidade Social, Resultados Financeiros, Desempenho organizacional.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADCE - Associação dos Dirigentes Cristão de Empresa

ABRAPP – Associação Brasileiras das Entidades Fechadas de Previdência Complementar

ANBID – Associação Nacional dos Bancos de Investimento

APIMEC – Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento de Mercado de Capitais

Bovespa – Bolsa de Valores de São Paulo

DVA – Demonstrações do valor adicionado

ETHOS - Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

FIDES – Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social

GIFE - Grupo de Institutos, Fundações e Empresas

GES/FGV – Centro de Estudos de Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas

IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa

IFC – International Finance Corporation

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA	13
2.1 Histórico de responsabilidade social	13
2.1.1 Conceito de responsabilidade social	14
2.1.2 Visão ética da responsabilidade social.....	16
3. Indicadores de responsabilidade social.....	17
3.1.1 Balanço Social.....	17
3.1.2 Demonstrações do valor adicionado (DVA).....	19
3.1.3 Certificação de responsabilidade social corporativa.....	20
4. Responsabilidade social e resultados financeiros	21
5. Análise dos dados	23
6. Consideração final	25
Referências	26

1. INTRODUÇÃO

O sucesso das empresas está relacionado a fatores que vão além da prática gerencial. O cenário impõe às empresas novos procedimentos de investimentos, além da qualidade, preço, reputação, produtos ambientalmente corretos. (ASHLEY et al. 2003)

As mudanças no ambiente econômico e político afetam diretamente as organizações, com isso as empresa desenvolve estratégias se preparando para desafios futuros. As organizações precisam operar de forma integrada, respondendo com agilidade e eficiência as rápidas mudanças de mercado. A responsabilidade social ganha destaque nas organizações pelos impactos causados na empresa em sua estratégia, objetivo e seu significado. (LOURENÇO e SCHRÖDER 2003)

O tema responsabilidade social modifica o comportamento organizacional através da integração com governança corporativa, ocorre transparência na gestão contratual e institucional com medidas adotadas para o atendimento das demandas e dos interesses dos *stakeholders*. (TINOCO et al. 2001)

A governança corporativa contribui para o desenvolvimento econômico sustentável, melhorando o desempenho da organização. O foco da governança corporativa é administrar riscos e agregar valor a seus clientes, com isso à responsabilidade social desenvolve no mesmo sentido, atuando com gestão ética e transparente, voltada para o valor de seus *stakeholders*. (LUBRANO e HARTZLER 2002)

De fato as empresas que incorpora a responsabilidade social como uma estratégia, facilitam a construção de redes de relacionamento desenvolvendo uma comunicação com *stakeholders*. (ASHLEY et al. 2004)

O trabalho em questão tem como problema de pesquisa: “De que forma a responsabilidade social, inserida na política da organização, modifica os resultados financeiros?”

Apresenta como o objetivo geral demonstrar como a gestão de responsabilidade social causa impactos em resultados financeiros.

Objetivos específicos

- a) Discriminar os critérios de responsabilidade social seguidos pelas organizações;
- b) Discutir as implicações da responsabilidade social no desempenho organizacional;
- c) Contrastar o impacto causado pela responsabilidade social em resultados financeiros.

Este estudo tem sua relevância sustentada em três pilares: acadêmica, aplicada e científica.

A primeira, acadêmica, relaciona-se à geração de conhecimento específico de um assunto de destaque nas empresas, a responsabilidade social, segundo (MELO e FROES 2001, p. 28) "A responsabilidade social é uma ação estratégica da empresa que busca retorno econômico, social e institucional, tributário-fiscal" sendo um compromisso da organização com a sociedade e uma estratégia para ganhar mercado.

Do ponto de vista aplicado, a pesquisa é relevante na medida em que o resultado contribui para um conhecimento específico sobre responsabilidade social, necessária para a disseminação nos negócios, sendo tema abordado em debates no meio empresarial, há um consenso da importância deste assunto e do impacto que tem nas decisões gerenciais.

Já a relevância científica vem complementar um assunto que ganha maior destaque no cenário brasileiro pela importância da preservação ambiental e o crescimento consciente das empresas, preparando melhor qualidade de vida para futuras gerações.

Para compreender o problema adotado nesta pesquisa, Segundo (GIL 2008, p. 27) "Têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, tendo em vista a formulação de problema mais preciso ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores".

O tipo de pesquisa tem como objetivo esclarecer o problema, que utiliza métodos flexíveis, pouco estruturados com hipóteses inexistentes e variáveis

pesquisáveis, com ampla investigação sendo relevante para estudos posteriores.

Trata-se de uma pesquisa exploratória e qualitativa, pois fornece a explanação sobre assuntos abordados, envolvem o levantamento bibliográfico, a base da coleta de informações realizada por meio de dados secundários buscados em livros, artigos, tese, revistas e sites na internet. Além disso, traz uma proposta de pesquisa qualitativa, em questão a fim de validar as teorias proposta pela autora.

A monografia em questão está organizada em cinco partes, sendo a primeira que está destinada à apresentação do trabalho. Na segunda parte será abordada a metodologia aplicada no trabalho, forma de abordagem do problema, as técnicas de pesquisas adotadas, os instrumentos de coleta de dados e os procedimentos de coleta de dados utilizados na pesquisa. A terceira parte esta localizada o referencial teórico pesquisado que fomenta esta monografia. A quarta parte é apresentada para a pesquisa qualitativa, onde busca embasamento na teoria utilizada ao longo do estudo. Na quinta parte da pesquisa é apresentada a conclusão do trabalho em foco, buscando relacionar o objetivo proposto com a conclusão alcançada.

2. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Para o embasamento teórico desta monografia foram pesquisados comentários distintos autores, e assuntos ligados à responsabilidade social e resultados financeiros para fomentar esta pesquisa e melhor compreensão do leitor.

2.1 Histórico da responsabilidade social

O movimento da responsabilidade social surgiu nos Estados Unidos e Europa no século XIX, começou-se a discutir no meio acadêmico e empresarial no final da década de 1960, por vários autores entre eles Bowen, Mason e outros. (ASHLEY et al. 2004)

De acordo com (TENÓRIO et al. 2004, p. 14) “O surgimento da responsabilidade social foi no período em que a sociedade estava em transição da economia agrícola para a industrial” A responsabilidade social começou com a transformação econômica e mudanças social se adaptando as modificações de cenário.

Começou a fazer parte efetivamente do cenário atual quando a França instituiu uma lei, onde estabelecia que as empresas com mais de setecentos funcionários eram obrigadas a entregar um balanço social anual contendo o que foi feito e gasto detalhadamente em programas sociais.

No Brasil começou a expandir em 1970, fazendo parte da pauta de empresários brasileiros, sendo discutida pela Associação dos dirigentes cristãos de empresa (ADCE) tendo objetivo inicial de promover debates sobre balanço social. Ganhando força somente em 1990 a partir de ações por parte de empresa não governamentais, instituto de pesquisa e empresa voltadas para este assunto. (ASHLEY et al. 2004)

Já a atuação empresarial se intensificou no Brasil em 1990, quando surgiram organizações não governamentais, instituições como a Fundação Abrinq, o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), o Instituto Ethos de Responsabilidade Social (ETHOS) foram criadas com o objetivo de destacar ações sociais e sua importância para os negócios e para a sociedade. (TENÓRIO et al. 2004)

A responsabilidade social ganhou destaque na mídia nacional quando o sociólogo Herbert de Souza escreveu um artigo "empresa pública e cidadã" com

esse artigo desencadeou debate nos principais jornais. (SILVA e FREIRE 2001)

2.1.1 Conceito de responsabilidade social

O conceito de responsabilidade social de acordo com (ASHLEY et al. 2004, p.6) " Pode ser definido como um compromisso que uma organização deve ter com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente" está associado aos objetivos da organização e o reconhecimento das decisões, significa que a organização e suas decisões causam impacto direto ou indiretamente aos *stakeholders*. Também está diretamente relacionada com a governança corporativa pelo foco em comum na gestão com sustentabilidade.

A visão de governança corporativa exclusivamente direcionada para o desempenho financeiro, e a prática de responsabilidade social de acordo com (TINOCO 2001, p. 115) "Pode ser entendida, à primeira vista, como um custo adicional para as empresas, pois são recursos que de outra maneira estariam reinvestidos ou distribuídos sob forma de lucros e dividendos" sendo um investimento em longo prazo que agrega valor diante os *stakeholders*, dessa forma também contribui com a sociedade.

A Responsabilidade social descrita por (TENÓRIO et al. 2004, p. 32) "É entendida como um compromisso da empresa com a sociedade na busca de melhoria da qualidade de vida da comunidade" em ações participativas na comunidade que está inserida, a soma de vontade que reflete em um consenso.

Uma empresa que adota uma postura pró-responsável sinaliza ganhos tangíveis para a organização, ocorrendo fatores que agregam valores, reduz custos e condiciona aumento de competitividade e melhora a imagem da organização, desenvolvendo inovações em processos de produção, incrementa serviços, a imagem da marca, produto, aumentando a participação de mercado e diminui a instabilidade organizacional. (TINOCO 2001)

Além disso, a organização que incorpora a responsabilidade social na orientação estratégia cria uma rede de relacionamentos entre o *stakeholders* associado ao negócio, abrindo possibilidade de implementar programas sociais que beneficiam comunidade envolvidas e as organizações, com isso delimita objetivo que é obter crescimento econômico através da preservação ambiental, e contribui para a melhoria da qualidade de vida da sociedade, proporcionando um

desenvolvimento sustentado. (TENÓRIO et al. 2004)

A percepção socioeconômica defende a importância do papel da organização em funções sociais, não somente com objetivos focados em obter lucro e gerar empregos, os gestores devem buscar a maximizar seus recursos financeiros a longo prazo, com isso adquirir melhor imagem junto à sociedade, menor regulamentação do governo e melhora as condições de vida da sociedade. (SERPA e FOURNEAU 2007)

Por outro lado a visão clássica do economista Milton Friedman, considera que a maximização dos lucros é a contribuição social necessária, que o empresário pode oferecer à sociedade, o gestor ao decidir onde e como gasta o recurso da organização deve ter em mente às expectativas dos acionistas. (FRIEDMAN apud. SILVA e FREIRE 2001)

Desta forma a empresa que está sendo socialmente responsável assume dimensão econômica, sendo capaz de gerar lucro, criando emprego, pagar salários justos, que colaborem para a melhoria de vida de seus funcionários, cumprindo com pagamentos de impostos e as obrigações legais. (TENÓRIO et al. 2004)

Do mesmo modo os autores que defende a posição de Friedman, argumentam que se os gestores que gasta recursos em função sociais, alguém terá que arcar com estes custos. Também questiona a existência da responsabilidade social corporativa, e argumenta na sociedade democrática, o governo é o único veículo que pode decidir sobre o destino do gasto social, são eleitos para buscar o interesse público. (FRIEDMAN 1988)

Conforme (SERPA e FOURNEAU 2007, p. 85) “As empresas não deveriam fazê-lo, pois estariam se distanciando de sua *expertise*”.

Em resumo, no mercado competitivo com o qual presenciamos a maximização do lucro, passa a ser a segunda prioridade da organização, a principal da empresa é se manter no mercado, sendo competitiva. (SILVA e FREIRE 2001)

2.1.2 Visão ética de responsabilidade social

A responsabilidade social é uma nova estratégia para conduzir os negócios, atribuída para as organizações que demonstram ter cidadania empresarial, um processo dinâmico e inovador para adotar mecanismos renovadores de sustentabilidade. (SROUR 1998)

Quando se fala em reconhecimento da organização que desenvolve funções sociais, levam as entidades representativas a propor ações que visam sensibilizar os gestores a rever a configuração de sua organização, tendo base os princípios fundamentais éticos, morais, junto com bom desempenho econômico e respeito às regras institucionais. São trabalhados conceitos básicos como gestão social ou cidadania empresarial, com debates sobre “exclusão social” podendo assim capacitar o gestor para assumir o desafio de formatar estrategicamente o desempenho econômico com o empenho social. (SILVA e FREIRE 2001)

Qualquer que sejam as mudanças sociais modifica a formatação da responsabilidade social, podendo ser dividida em três estágios, onde os *stakeholders* são envolvidos no processo de gestão, e através das ações adaptadas para enfrentar novas demandas sociais, a primeira fase é o exercício da gestão social interna; a segunda fase é o exercício da gestão social externa e a terceira fase é exercício da gestão social cidadã, com todas estas fases em conjunto desenvolvem um relacionamento transparente. (MELO e FROES 2001)

Em relação ao exercício da gestão social interna que tem o foco de atuação voltado para os colaboradores e seus familiares, para fins de certificação, a organização não se limita apenas na administração de benefícios, remuneração, paga de dividendos, proporciona assistência médica, segurança, qualidade no ambiente, participação dos funcionários nos resultados e nas decisões das organizações, para assim aumentar a motivação e o comprometimento do colaborador visando maior produtividade. (SROUR 1998)

O exercício do segundo estágio é a gestão social externa, que se referem aos consumidores, fornecedores que implica parceria efetiva produzindo produtos de qualidade, com questões voltadas para a preservação do meio ambiente por meio de intervenções não predatórias e preços competitivos para melhor satisfação dos clientes. (MELO e FROES 2001)

Já o terceiro exercício da gestão social cidadã, é voltada para a sociedade, organizações que estão inseridas em determinada comunidade coopera formando projetos locais e regionais, mediante as ações de filantropia através da geração de emprego, também elaborados a partir de parcerias com o governo e outras entidades, além da promoção de campanhas de conscientização social, a ética aplicada à gestão de responsabilidade social das organizações é o exercício da cidadania empresarial. (MELO e FROES 2001)

A organização é vista cada vez mais como um sistema social, sendo formado por um conjunto de *stakeholders* que convergem para alcançar determinados fins, estes desenvolvem relações diversas, além da relação estritamente econômica, nesta nova concepção de organização, compreende-se que a atividade econômica não deve se orientar somente por resultados, mas também pelo significado que adquire na sociedade, na perspectiva de estabelecer e firmar objetivos éticos para orientar atividades. (DIAS 2006)

3. Indicadores de responsabilidade social

Indicadores de responsabilidade social são sistemas de avaliação entre eles o balanço social, a demonstração do valor adicionado (DVA) e as certificações de responsabilidade social, possibilita à organização verificar sua participação com questões sociais, possibilitando a comunicação entre a empresa e *stakeholders*, reforçando o compromisso com ética nos negócios, o balanço social começou a ser desenvolver a partir da crescente demanda, por parte da sociedade e o interesse por informações a respeito dos impactos das atividades empresariais na sociedade, trabalhadores e meio ambiente. (TENÓRIO et al. 2004)

Estas ferramentas fazem avaliação de forma integrada, dando base para planejar, construir, analisar, controlar as políticas administrativa, fundamental para estruturar a responsabilidade social, o balanço social demonstra o lucro financeiro, investimentos feitos em funcionários, na aquisição de equipamentos, na recuperação áreas degradadas. (KROETZ 2000)

Isso implica responsabilidade social é dever da empresa comunicar com exatidão os dados de suas atividades, uma forma possível de transparecer o histórico das suas atividades, de modo que a sociedade possa avaliar. (TINOCO e KRAEMER 2004)

3.1.1 Balanço social

O balanço social é um instrumento de informação que a empresa utiliza para facilitar a comunicação com seu público externo. Por ser considerado como um demonstrativo técnico gerencial que contém um conjunto de informações sociais da organização, deixando o acesso livre para os agentes econômicos verificar suas

ações em programas sociais voltados para empregados, associações, sindicatos, governo e cidadania. (SILVA e FREIRE 2001)

A área de marketing passou a utilizar o balanço social por ser um importante instrumento de planejamento conduzindo novas estratégias, onde possibilita que as organizações, possam estruturar com clareza seu próprio perfil, a partir da análise dos profissionais e das condições de seu bem estar, em decorrência do desenvolvimento econômico e tecnológico cada vez mais avançados e apropriados, toda empresa passa a ser mais competitiva. (SILVA e FREIRE 2001)

Depois que organização decidi praticar responsabilidade social, é uma escolha que traz benefícios, desenvolve e configura uma base de sustentabilidade nas estratégias, em conseqüência ocorre o retorno de imagem e maior participação no mercado. (ASHLEY et al. 2004)

Do mesmo modo é compreendido com um elemento que amplia e reforça o entendimento da organização, ferramenta importante para colaborar com o aumento da qualidade da empresa, por meio das informações contidas no balanço social. (KROETZ 2000)

Este documento deve ser publicado anualmente e deve conter um relatório de atividades econômicas, ambientais e sociais. Pode apresentar sucessos ou insucessos, mas o foco principal são os compromissos públicos da organização, as metas para o futuro, os problemas que imagina enfrentar, quais parceiros devem se associar, sendo um instrumento valioso para ajudar a medir o desempenho do exercício da responsabilidade social em seus empreendimentos dando transparência a suas atividades, tendo em vista a melhoria da qualidade de vida da sociedade. "É um mecanismo de construção de vínculo mais estreitos entre empresa e sociedade" (SILVA e FREIRE 2001, p 124)

A propósito, os objetivos centrais do balanço social é refletir a realidade por meio dessa ferramenta que demonstra informações necessárias, para identificar estratégias de crescimento a partir de investimentos feitos em pesquisa e tecnologia entre outras, evidenciam contribuições que a empresa desenvolve para a sociedade, desenvolve um banco de dados com credibilidade para formatar decisões futuras e mede os impactos na marca e na imagem da organização. (KROETZ 2000)

Quando se fala, de informações relacionadas e divulgadas no balanço social voltadas para os *stakeholders*, mostram indicadores que finalizam ações desenvolvidas pela organização, como benefícios para seus funcionários, com isso

delimita um perfil dos empregados participantes mapeando a faixa etária, faixas salariais e escolaridade. Os indicadores voltados para os acionistas demonstram um conjunto de informações, que proporciona segurança em seus investimentos, na visão dos fornecedores aumenta a confiança para realizar as negociações, para os clientes possibilita tranquilidade no consumo, para o governo divulga informações relevantes no segmento social auxiliando na construção de planos estratégico, podem ser observados os impostos recolhidos, Já para a concorrência pode proporcionar o histórico da organização, com está atitude ocorre um aumento de competitividade e os sindicatos obtêm as informações necessárias para maximizar o processo de negociação com os empresários. (KROETZ 2000)

Por fim, o balanço social demonstra benefícios e o grau de comprometimento social, ambiental e financeiro da empresa.

3.1.2 Demonstrações do valor adicionado – DVA

É um relatório, que permite demonstrar o valor que a organização agrega na sociedade, seu objetivo é apresentar os valores gerados pela empresa e a forma de redistribuição, mapeando beneficiados para os funcionários, governo, acionistas, financiadores externos, organizando seu foco na retenção de lucro. (SILVA e FREIRE 2001)

O formato da demonstração do valor adicionado é a diferença entre os recursos adquiridos e os recursos consumidos, ou seja, apresenta os serviços ou produtos que geram valores em determinados ciclo operacionais e quais os setores que são priorizados. (KROETZ 2000)

Para a elaboração do DVA o principal foco de análise está na depreciação, nos impostos pagos pelo empregador, na equivalência patrimonial e na remuneração do capital, a relevância das informações adquiridas com a demonstração do valor adicionado (DVA) poder observar de forma clara os valores gerados dentro da empresa e a sua perspectiva de contribuição para o desempenho, este demonstrativo é divulgado junto com as demonstrações contábeis comum. (TINOCO 2001)

Igualmente ao balanço social a demonstração do valor adicionado - DVA deve ser divulgada junto com as demonstrações contábeis tradicionais, também sendo um objeto de auditoria externa. (TINOCO e KRAEMER 2004)

Na verdade, o balanço social tem a visão voltada para informações qualitativas, destacam realizações da empresa focadas no meio ambiente, na contribuição para a formação dos colaboradores, e quais as contribuições da organização para a sociedade uma forma prática de exemplificar a responsabilidade social, já a relevância do demonstrativo de valor adicionado (DVA) se deve pela transparência dos valores gerados pela organização e como e feita à divisão para os segmentos, como os funcionários, os acionistas, os financiadores externos que são remunerados com juros entre outros beneficiados. (TINOCO e KRAEMER 2004)

3.1.3 Certificação de responsabilidade social corporativa

Elaborada para padronizar os aspectos éticos de responsabilidade social no direcionamento das estratégias de negócios, os indicadores como ISO9000 referente à qualidade dos produtos e ISO14000 referente às questões ambientais, que contribui para o desenvolvimento, é um indicador que realizar a certificação de organizações por meio de instituições de credibilidade, a *Social Accountability International* – SAI referente ao direito trabalhista, no Brasil foi divulgada pela fundação Abrinq, sendo chamada de norma SA8000, é uma ferramenta que estabelece uma ética na política interna, está conduta que destaca os direitos trabalhistas do funcionário com licença maternidade, remuneração de horas extras entre outras. (TINOCO 2001, p. 124)

Do mesmo modo, as normas ISO9000 e ISO14000 atestam que organizações com capacidade gerencial, onde é demonstrada a qualidade do processo de produção, por seguir uma conduta de respeito ao meio ambiente, tem as normas BS8800 e SA8000, certificam organização que respeitam os direitos trabalhistas, onde desenvolve um apoio adequado para a segurança e a saúde do funcionário. (TINOCO e KRAEMER 2004)

De fato, estes demonstrativos complementam as análises de desempenho financeiro, ampliando a visão em dimensões sociais, identificando a atuação do gestor e mapeando o grau de adesão das empresas e quais os valores éticos seguidos. (TENÓRIO 2004)

4. Responsabilidade social e resultado financeiro

Por certo, responsabilidade social é um processo de mudança que envolve os *stakeholders*, governança corporativa e em conseqüência a sustentabilidade, significa investimento em longo prazo, este investimento busca maior rentabilidade, valorizar a imagem institucional e da marca. (MILANE 2008)

O Instrumento que ajuda a selecionar ações de empresas, que auxilia o desenvolvimento de responsabilidade social e ambiental é o índice Dow Jones de Sustentabilidade – DJSI, foi divulgado em 1999 pela Dow Jones e a Sustainable Asset Management – SAM, uma gestora de recursos na Suíça, este índice de sustentabilidade fornecem as marcas e produtos, o reconhecimento à preocupação com a área ambiental e social, respeito pelo cliente e seus colaboradores, assim faz uso de benefícios financeiros crescentes pelos investimentos baseado no índice, que estão diretamente ligados a critérios econômico, ambiental e social. (TINOCO e KRAENER 2004)

No Brasil, este índice descrito acima é chamado de índice de sustentabilidade empresarial (ISE), composto por empresa abertas que praticam responsabilidade social e tem carteiras socialmente responsáveis demonstram um desempenho financeiro superior aos demais. Isto deixa claro que a adoção de um caráter socialmente responsável reflete nos comportamentos dos interessados, identificado na decisão de compra até o investimento. As informações são divulgadas sobre as atividades desenvolvidas pela organização é publicada de maneira voluntária por meio de web sites que demonstram as políticas, programas sociais e os relatórios anuais. (MACHADO e PIMENTA 2005)

O índice de sustentabilidade empresarial (ISE) demonstra o retorno de carteira composta por ações responsáveis, empresas preparadas para enfrentar riscos econômicos, sociais e ambientais, atitude que está consolidada com a Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), em parcerias com outras instituições que ajuda a disseminar responsabilidade social entre elas, Associação Brasileiras das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (ABRAPP), Associação Nacional dos Bancos de Investimento (ANBID), Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento de Mercado de Capitais (APIMEC), Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), International Finance Corporation (IFC), Instituto Ethos e Ministério do Meio Ambiente, estes são responsáveis por formatar o índice de ações

sendo um referencial para investidores, com isso a Bovespa é o órgão responsável pelo desenvolvimento do índice de sustentabilidade empresarial (ISE) e pela administração técnica do índice, elaborado também pelo Centro de Estudos de Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GES/FGV) o centro de estudo prepara os questionários, faz a tabulação dos dados para assim classificá-las. (Bovespa 2009)

Com as informações adquiridas com a aplicação dos questionários, o GES/FGV juntamente com a Bovespa faz a análise por meio do conceito Tripli bottom line - TBL que foi desenvolvido pela empresa de consultoria inglesa *SustainAbility*, expressão criada em 1994 por John Elkington, que avalia os três indicadores: ambientais, econômico-financeiro e sociais observando a sua integração e se a empresa cumprir com os critérios estabelecido pela Bovespa e seus parceiros, questiona a organização e seu posicionamento, o balanço social publicado e seus produtos se causam danos a saúde do consumidor. A resposta das organizações participantes é analisada por um instrumento estatístico “análise de Clusters” que identifica os melhores desempenhos, depois é enviada para a aprovação do conselho deliberativo do índice de sustentabilidade empresarial, as organizações aprovadas compõem a carteira do ISE, caso a organização não estiver adequadas nas normas do conselho se caso a empresa está em recuperação judicial ou falência, ou a empresa altera seus índices de responsabilidade social e sustentabilidade, perde a carteira do ISE. (Bovespa 2009)

A gestão ambiental através da responsabilidade social se tornou um instrumento gerencial, este desenvolve uma capacidade maximizar a competitividade, uma resposta das instituições para os consumidores ecologicamente corretos, atitudes que também desenvolve investimento e retorno financeiro através da imagem da empresa. (TACHIZAWA 2005)

De fato, a adoção da responsabilidade social, em algumas situações e vista com uma forma de prevenção contra risco como processos trabalhistas e multas ambientais entre outros, efetivamente a responsabilidade social melhora o desempenho da empresa que ressalta efeitos positivos sobre a marca, imagem, reputação, diferenciação em relação aos produtos, concorrência melhora a produtividade dos funcionários e vantagens financeiras. (LEAL 2007)

Em conseqüência, um bom exemplo de prática gerencial e da empresa Unilever que em 2001, passa a adotar em sua política a remuneração variável por

resultados socioambiental, meta para reduzir os impactos no meio ambiente, seguida por todos os funcionários da organização, já para os executivos a meta focada no aspecto social, e o projeto Infância Protegida que busca coibir o trabalho infantil nas lavouras de tomates, que seus fornecedores mantêm no estado de Goiás, significa que quanto menos crianças nas lavouras e mais crianças na escola, mais pontos o executivo daquela região recebe, que no final aumenta em média seu salário em 22% do salário anual. Em definitivo, o programa desenvolvido proporcionou uma queda de 32% no consumo de água e de resíduos sólidos nas fábricas da companhia entre 2002 e 2007. "Nos últimos anos, os aspectos sociais e ambientais ganharam cada vez mais peso no cálculo da remuneração variável da companhia", diz Marcelo Willians, vice-presidente de recursos humanos da Unilever no Brasil. (RAMIRO 2008)

Para a rede paulistana de lavagem de carros a seco Dry Wash, que começou a implantar a política de remuneração variável visando aumentar seu desempenho socioambiental, em 2007 foi desenvolvida a meta que colocar nas salas de aula funcionários que não tivesse concluído o ensino fundamental ou médio retomarem os estudos, os gerentes responsáveis por está mudança recebe um acréscimo de 20%, já para o plano ambiental a meta traçada pela empresa é reciclar 100% dos panos usados na lavagem dos carros, tecidos que são enviados a uma indústria de reciclagem, que transforma o material em feltros, utilizados pela indústria automobilística no acabamento de carros. Segundo Roseli Santos Perez, sócia e gerente de operações da rede "Acreditamos na sustentabilidade no lado social, só o desenvolvimento das pessoas é capaz de garantir o sucesso do negócio. No lado ambiental, cuidamos da natureza para poder lavar carros a vida inteira". (RAMIRO 2008)

5. Análise dos dados

O presente estudo, demonstrando a importância da responsabilidade social sendo um instrumento que adiciona competitividade a organização, por meio dos objetivos construídos e das estratégias estabelecidas juntamente com a filosofia da governança corporativa e gestão ambiental, mostra a necessidade de praticar programas de responsabilidade social para obter crescimento organizacional.

De fato, as empresas que desenvolvem a responsabilidade social estão focadas na agilidade e facilidade de trocar informações com o público interessado, inovações de estratégias, obterem uma imagem sólida no mercado por meio da gestão ética e transparente, contribui com o desenvolvimento econômico, aumenta seu desempenho organizacional.

Devido à adoção da responsabilidade social, que nasce a partir da necessidade de adaptação econômica e social suas mudanças ao longo do tempo, e da constante busca das organizações para maximizar seus recursos, a responsabilidade social impacta os resultados financeiros diretamente. Para alcançar este objetivo é necessário integrar o financeiro, o ambiental e o social, fortalecendo o equilíbrio das estratégias de negócio.

Para colocar em prática as visões éticas demandadas pela responsabilidade social é importante que o exercício da gestão social interna tenha foco de atuação voltado para os colaboradores e sua qualidade de vida no trabalho, a empresa não pode se limitar apenas gestão de benefício, mas também a participação efetiva dos funcionários nos resultados e nas decisões das organizações, com isso aumenta a motivação e o comprometimento do funcionário é em consequência ocorre um aumento na produtividade. Já as práticas externas, a empresa não se limita apenas nas vendas de grande escala para obter lucro é sim na qualidade de produção sem agredir o meio ambiente, na satisfação do cliente, na imagem da organização e nos benefícios que a empresa pode proporcionar para a sociedade.

Em consequência desse comportamento ético que é avaliado na prática por meio dos indicadores que podem demonstrar resultados positivos ou negativos, vai depender de que forma a empresa está atuando é qual o grau de dedicação que a instituição adota para medir estas mudanças o balanço social, as demonstrações de valor adicionado (DVA) e as certificações de responsabilidade social atua com um termômetro que mede o grau em que a empresa se encontra, se trabalha com

responsabilidade social com seriedade ou não, estes indicadores também ajuda o gestor na tomada de decisão, este pode ter uma visão ampla do que está acontecendo no mercado através dos resultados mostrados nestes indicadores, onde são avaliados os três pontos principais para a construção de responsabilidade social: ambiental, econômico-financeiro e o social são analisados a integração entre eles, se há uma integração a organização está atuando bem no mercado e cumpri com os critérios da responsabilidade social, dessa maneira a organização pode obter a carteira do ISE, que é certificada pela Bovespa.

Efetivamente, a responsabilidade social é uma nova forma de conduzir negócios para atender uma nova demanda de mercado, sendo um investimento de longo prazo que impacta diretamente os resultados financeiros, é traz um retorno significativo por meio de fatores positivos como a valorização da marca, da instituição, na produção de produto ambientalmente corretos, conquista novos investidores, funcionários comprometidos com os resultados da empresa, clientes satisfeitos.

6. Considerações finais

Neste trabalho pesquisas bibliográficas demonstraram com clareza diversas opiniões de autores sobre responsabilidade social e suas implicações nas organizações, os aspectos abordados sobre responsabilidade social ressaltam a importância e as vantagens de utilizar a responsabilidade social como instrumento que auxilia a gestão transparente, também estrutura um crescimento equilibrado na organização.

Os objetivos expostos foram concretizados, avaliando a importância da responsabilidade social e os critérios seguidos pelas empresas, as modificações nos resultados financeiros são demonstradas pelo retorno da imagem positiva da empresa, a valorização da marca, melhor empenho dos colaboradores que impulsiona o desenvolvimento tecnológico para minimizar os impactos ambientais e a atração de novos investidores.

Foram encontradas algumas limitações, a primeira limitação foi às informações obtidas sobre desempenho social não foram claras para estabelecer um parâmetro a ser seguido, por ser um assunto amplo que é ainda em fase de construção na prática gerencial e se este investimento feito pela área financeira é reconstituído de forma integral, a segunda limitação foi o pouco tempo de buscar novos conceitos de responsabilidade social para estruturar a comparação em retornos quantitativos para a organização.

Dessa forma, para estabelecer novas pesquisas é importante aprofundar o estudo para validar se o desempenho financeiro é realmente lucrativo ou se é voltado para a área de marketing, sintetizar a correlação da responsabilidade social com a governança corporativa na estratégia das empresas, já a contribuição acadêmica, amplia o conhecimento na área que exerce constante modificação no desenvolvimento da empresa e a contribuição gerencial identifica a relevância dos relatos anuais divulgados pelas organizações.

REFERÊNCIA

ASHLEY, P.; QUEIROZ, A.; CARDOSO, A.; SOUZA, A.; TEODÓSIO, A.; BORINELLE, B.; VENTURA, E.; CHAVES, J.; VELOSO, L.; ALIGLERI, L.; LIMA, P.; FERREIRA, R.; **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Saraiva, 2004.

BOVESPA. Bolsa de Valores de São Paulo. **Índice de Sustentabilidade Empresarial**. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br/Pdf/Indices/ISE.Pdf>>. Acesso: 23 de Outubro de 2009.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental, responsabilidade social e sustentabilidade**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KROETZ, César E. S. **Balanço social teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LEAL, Carla C. **O impacto do desempenho social corporativo sobre o desempenho financeiro nas empresas brasileiras de capital aberto**. 124 f. Programa de pós-graduação em administração de empresas: Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://biblioteca.universia.net/searchAutor.do?q=Carla%20Camargo%20Leal>>

LOURENÇO, Alex G.; SCHRÖDER, Deborah de S. **Vale investir em responsabilidade social empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas**. Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades. Vol. 2, p. 77-119, São Paulo/Petrópolis: Instituto Ethos e Valor, 2003.

LUBRANO, Mike; HARTZLER, D. **Governança corporativa e as mesas redondas regionais sobre governança corporativa**. Disponível em: <<http://www.ifc.org/ifcext/corporategovernance.../CG-Brochure-P.pdf>> acesso em 27 de agosto de 2009.

MACHADO, Roseli de O.; PIMENTA Tabajara J. **A influência da responsabilidade social corporativa sobre o retorno das ações de empresas de capital aberto no Brasil**. Revista ANGRAD, v. 6, n. 1, p. 27-38, Jan./Fev./Mar. 2005.

MILANE, Marcos Antônio F. **Responsabilidade social e investimento social privado: entre o discurso e a evidenciação**. In: 7º Congresso USP de controladoria e contabilidade, n. 47, 2008, São Paulo. Revista contabilidade financeira, São Paulo: 2. ed. 2008, Disponível em: <www.eac.fea.usp.br/cadernos/completos/47/marco-pg89a101.pdf> Acesso em 26 de outubro de 2009.

MELO, Neto; FROES, Francisco. **Gestão de responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. 1. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa, estratégias de negócio focadas na realidade brasileira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

TENÓRIO, F.; NASCIMENTO, F.; FARES, J.; VILLAR, L.; HILST, S.; LAZAR, S. **Responsabilidade social empresarial: Teoria e prática**. 1. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

TINOCO, João Eduardo P. **Balço social: Abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações**. São Paulo: Atlas, 2001.

_____, João Eduardo P; KRAEMER, Maria Elisabeth P. **Contabilidade e gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2004.

RAMIRO, Denise. **Quando fazer o bem engorda o bolso**. Revista Exame. Out/2008. Disponível em:

<http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0930A/especiais/quando-fazer-bem-engorda-bolso-396079.html> Acesso em: 03 de dezembro de 2009

SERPA, Daniele A. F; FOURNEAU, Lucilena F. **Responsabilidade social: uma investigação sobre a percepção do consumidor**. RAC, v. 11, n. 13, p. 83-103, Jul/Set. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552007000300005&script=sci_arttext> Acesso em: 29 de Agosto de 2009.

SILVA, C.; FREIRE, Fátima. **Balço social, teoria e prática inclui o novo modelo do IBASE**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SROUR, Robert H. **Poder, cultura e ética nas organizações**. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.