



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
CENTRO MULTIDISCIPLINAR DE LUÍS EDUARDO MAGALHÃES
GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

DEBURAH KRISTINNA ARCANJA DA SILVA

**A EVIDENCIAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: ESTUDO
DE CASO NUMA INDÚSTRIA DO OESTE BAIANO**

LUÍS EDUARDO MAGALHÃES - BA

2022

DEBURAH KRISTINNA ARCANJA DA SILVA

A EVIDENCIAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: ESTUDO DE
CASO NUMA INDÚSTRIA DO OESTE BAIANO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Colegiado do Curso de Engenharia de Produção da Universidade Federal do Oeste da Bahia como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de Produção.

Orientador: Me. Adriano David Monteiro de Barros

FICHA CATALOGRÁFICA

S586 Silva, Deburah Kristinna Arcanja da.

A evidenciação da responsabilidade social corporativa: estudo de caso numa indústria do oeste baiano / Deburah Kristinna Arcanja da Silva. – 2022.

40 f.; il.

Orientador: Prof. Me. Adriano David Monteiro de Barros.

Trabalho de Conclusão de Curso: (Graduação em Engenharia de Produção) – Universidade Federal do Oeste da Bahia. Centro Multidisciplinar de Luís Eduardo Magalhães, Luís Eduardo Magalhães, BA, 2020.

1. Administração de Empresas. 2. Responsabilidade Social Corporativa. 3. Indústria – Bahia, região oeste da.

I. Barros, Adriano David Monteiro de. II. Universidade Federal do Oeste da Bahia – Centro Multidisciplinar de Luís Eduardo Magalhães. III. Título.

CDD: 658.408

BIBLIOTECAS UFOB - Biblioteca Universitária de Luís Eduardo Magalhães



DEBURAH KRISTINNA ARCANJA DA SILVA

**A EVIDENCIAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: ESTUDO
DE CASO NUMA INDÚSTRIA DO OESTE BAIANO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Multidisciplinar de Luís Eduardo Magalhães da Universidade Federal do Oeste da Bahia como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Engenharia de Produção.

Luís Eduardo Magalhães – BA, 8 de julho de 2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Adriano David Monteiro de Barros
Universidade Federal do Oeste da Bahia

Prof. Me. Leonardo Rospì
Universidade Federal do Oeste da Bahia

Prof. Me. Mário Santos Bulhões
Universidade Federal do Oeste da Bahia

(A versão assinada deste documento encontra-se na Coordenação do Curso)

AGRADECIMENTOS

Aos amigos/familiares, por todo o apoio e pela ajuda, que muito contribuíram para a realização deste trabalho.

Aos professores, pelas correções e ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no meu processo de formação profissional ao longo do curso.

Ao meu orientador Professor Adriano David Monteiro de Barros, por sua orientação e a banca pelo aceite ao convite de participação e leitura atenciosa do trabalho.

A todos aqueles que contribuíram, de alguma forma, para a realização deste trabalho.

RESUMO

As empresas privadas, que não são apenas unidades de produção ou serviços, têm um novo papel social. São agentes sociais ativos e transformadores, que assumem responsabilidades sociais. Trata-se, pois, da cidadania corporativa, ou seja, as empresas relacionam-se e engajam-se com toda a sociedade, através de parceiros, clientes, funcionários e até parceria com o governo. Do ponto de vista teórico, o presente estudo apresenta como eixo central o conceito de cidadania corporativa, que envolve os modos como as instituições se relacionam com a sociedade (MAIGNAN; FERRELL, 2001) e o conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), que implica um comportamento ético e transparente (ASHLEY, 2005). Realizou-se um estudo de caso, com uma abordagem descritiva, numa indústria do oeste baiano. Deste modo, conclui-se que, tomando como base o “Relatório de compromissos 2019” e o documento relativo à “Política de não-desflorestamento”, que a empresa adota uma posição segundo a qual a sustentabilidade é tida como caminho para garantir a prosperidade com responsabilidade. Por fim, através da pesquisa, foi possível identificar a importância do Balanço Social como ferramenta de desenvolvimento organizacional.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social Corporativa; Balanço Social; Ética.

ABSTRACT

Private companies, which are not just production or service units, have a new social role. They are active and transforming social agents, who assume social responsibilities. It is, therefore, about corporate citizenship, that is, companies relate and engage with society as a whole, through partners, customers, employees and even partnerships with the government. From a theoretical point of view, the present study presents as its central axis the concept of corporate citizenship, which involves the ways in which institutions relate to society (MAIGNAN; FERRELL, 2001) and the concept of Corporate Social Responsibility (CSR), which implies ethical and transparent behavior (ASHLEY, 2005). A case study was carried out, with a descriptive approach, in an industry in western Bahia. In this way, it is concluded that, based on the “Report of Commitments 2019” and the document on the “No-deforestation Policy”, that the company adopts a position according to which sustainability is seen as a way to guarantee prosperity. With responsibility. Finally, through the research, it was possible to identify the importance of the Social Balance as a tool for organizational development.

Keywords: Corporate social responsibility; Social Balance; ethic

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo teórico de referência para ética nos negócios.....	17
Figura 2 - Pirâmide adaptada RSC de Carrol.....	18
Figura 3 - Definição de RSC.....	20

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Evolução cronológica da responsabilidade social.....	14
Quadro 2 - Definições do conceito de Stakeholder.....	21
Quadro 3 - Descrição dos grupos de Balanço Social Modelo IBASE.....	25
Quadro 4 - Visão geral da estrutura dos indicadores do GRI.....	27
Quadro 5 - Relacionamento da empresa com seus usuários.....	30

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	11
2.	JUSTIFICATIVA.....	12
3.	OBJETIVOS	13
3.1.	Objetivo Geral	13
3.2.	Objetivos específicos.....	13
4.	REFERENCIAL TEÓRICO	14
4.1.	Responsabilidade Social Corporativa.....	14
4.2.	Ética e Responsabilidade Social Corporativa.....	16
4.3.	Pirâmide de Responsabilidade Social Corporativa e Alinhamento Estratégico da Responsabilidade Social Corporativa	18
5.	BALANÇO SOCIAL	22
5.1	Modelos de Balanço Social	23
5.2.	Perspectivas do Balanço Social no cenário atual	25
6.	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	26
6.1.	Delineamento Da Pesquisa.....	27
6.2.	Pesquisa Bibliográfica.....	27
6.3.	Percurso da pesquisa	28
7.	RESULTADOS E DISCUSSÕES	29
8.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
	REFERÊNCIAS	Erro! Indicador não definido.
	APÊNDICE.....	39

1. INTRODUÇÃO

As empresas privadas têm um novo papel social, não são apenas unidades de produção ou serviços, mas agentes sociais ativos e transformadores, assumem responsabilidades sociais como pessoas físicas. Esse conceito é conhecido como cidadania corporativa, que se baseia na forma como as instituições se conectam com a sociedade, promovendo ações que favorecem empresas e a sociedade (MAIGNAN; FERRELL, 2001).

De maneira a complementar Maignan e Ferrell (2001), Carroll (1991) pontuam que cidadania corporativa, envolve a forma como as empresas relacionam-se e encaixam-se com toda a sociedade, através de parceiros, clientes, funcionários e até parceria com o governo. Esse conceito tem embasamento em ações de sustentabilidade e responsabilidade social corporativa que, combinados, tornam-se ações que beneficiam empresas e a sociedade em geral.

Responsabilidade Social Corporativa (RSC), segundo Ashley (2005), implica em dois conceitos: o primeiro é o comportamento ético, este está associado à ideia de responsabilidade legal diante de questões atadas à ética e a vinculação entre empresas e sociedade. O segundo conceito abarca o comportamento transparente que uma organização deve ter, de modo que o discurso da organização e as suas práticas caminhem emparelhados.

No Brasil, o conceito de RSC fortaleceu-se na década de 90. Desde então, as empresas começaram a adotar padrões mais rigorosos, a fim de conquistar certificações e reconhecimento. Essa prática acontece quando empresas investem com intuito de receber adicionais, seja em lucro ou agregando valor à marca ou ao nome (ETHOS, 2007).

Melo Neto e Froes (2004) afirmam que as empresas que têm “boa” RSC firmam um compromisso também com a sustentabilidade. Sendo assim, elas tendem a serem mais seguras e mais transparentes, pois explicam melhor o que fazem, de modo que no longo prazo apresentam melhores resultados.

Para entender como as empresas representam de forma transparente as ações que são promovidas pela RSC, foi criado o balanço social, este pontua como uma instituição pode ser avaliada pela sociedade através do seu desenvolvimento (TINOCO, 2008). O balanço social é uma ferramenta que evidencia como devem ser examinados os índices coletivos e ambientais, abarcando toda a sociedade. A concordância entre balanço social e responsabilidade social é pertinente no que tange às estratégias de gestão e planejamento (KROETZ, 2000).

Para Kroetz (2000), o balanço social promove a exposição de demonstrativos cuja finalidade é a prestação de contas da empresa à sociedade em face de sua responsabilidade para com a mesma. Deste modo, esta pesquisa realiza um estudo de caso de uma organização que

ampara a RSC como um recurso competitivo no campo empresarial. Nesta perspectiva, executar ações sociais, para além das suas responsabilidades legais, impulsiona uma melhoria importante quanto a visibilidade diante do seu público. Neste sentido, questiona-se: de que modo o balanço social pode constituir-se como ferramenta de evidenciação da responsabilidade social corporativa?

2. JUSTIFICATIVA

É importante salientar que as empresas, no geral, são movidas por um público exigente, desse modo faz-se necessário questionar qual é o papel da RSC e como uma organização deve se portar perante à sociedade, apresentando como principal propósito melhorias sociais, econômicas e ambientais. Dessa maneira, a RSC tem sido tema de grande ênfase, pois muitas empresas buscam estar cada vez mais próximas do seu público, por meio de atuações, que objetivam o crescimento da organização e melhorias para a sociedade.

O balanço social, embora não seja obrigatório, narra informações importantes ligadas aos recursos humanos e outros benefícios externos e internos. Segundo Tinoco (2008) é uma ferramenta que evidencia a relevância da responsabilidade social entre empresa e sociedade, de modo que promova a empresa através da transparência, o plano de ação proposto.

Com base no que foi exposto, procura-se analisar as práticas de responsabilidade social corporativa de uma indústria no Oeste Baiano. Através da pesquisa serão levantados dados e informações relevantes como: identificação das práticas de responsabilidade social corporativa na empresa objeto de estudo, identificação das características essenciais ao balanço social e as características da empresa estudada, a fim de contribuir na melhoria ou implantação de ações voltadas à comunidade. A presente pesquisa é pertinente para a empresa em estudo, pois a RSC engloba aspectos fundamentais da organização, que são: aspectos econômicos, sociais e ambientais.

A presente pesquisa pretende integrar e expandir o arcabouço teórico, relativo ao balanço social como forma de evidenciação da responsabilidade social da empresa, oferecendo uma análise a partir do contexto do Oeste Baiano, mais especificamente no bojo de um município, como Luís Eduardo Magalhães, profundamente marcado pela atuação de empresas de amplitude nacional. Finalmente, cumpre salientar o papel que estudantes, professores e pesquisadores podem desenvolver no sentido ampliar as possibilidades de melhorias regionais.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo Geral

Analisar de que modo o balanço social pode constituir-se como ferramenta de evidenciação da responsabilidade social corporativa, numa indústria do oeste baiano.

3.2. Objetivos específicos

- Descrever as ações de responsabilidade social corporativa da empresa objeto de estudo;
- Discutir como as práticas de responsabilidade social corporativa auxiliam a empresa a atingir os seus objetivos estratégicos em relação a competitividade;
- Apontar o balanço social como ferramenta de desenvolvimento organizacional.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

4.1. Responsabilidade Social Corporativa

No decurso de muitos anos, o papel da inclusão social foi unicamente atribuído aos poderes das políticas públicas, pois a prática que prevalecia era nítida: recursos públicos deviam ser destinados ao público, uma vez que as empresas privadas objetivavam apenas os lucros. A cultura prevalente era a de que as organizações cumprissem apenas as obrigações legais, assim, isentavam-se de qualquer outra responsabilidade.

Por muito tempo a RSC limitou-se apenas a uma postura filantrópica, formada por doações de empresários. Em meados do século XX, a sociedade começou a pressionar as organizações, deste modo outras obrigações passaram a compor o conjunto de ações sociais. ARSC assumiu uma capacidade de gerar ganhos e criar empregos, firmados em cumprimento das obrigações legais (TENÓRIO, 2013).

A RSC sofreu transformações e ganhou importância ao longo dos anos, além de gerar debates expressivos na academia e no setor empresarial. O conceito baseado em benevolência e altruísmo ficou obsoleto, associando RSC à estratégia empresarial, ela passou então a compor princípios de uma organização (MOHR; WEBB, 2005). Em outros termos, empreender como agentes de transformação da sociedade passou a ser visto por muitas instituições como um critério relevante que garantia vantagem competitiva frente aos concorrentes.

Friedman (1970) afirma que os recursos de uma companhia devem ser empregados na maximização dos seus lucros, potencializando a competitividade. O autor afirma que “sua principal obrigação é com o desempenho econômico: gerar lucros e riqueza para seus acionistas, porque uma empresa que não apresenta lucro é socialmente irresponsável” (FRIEDMAN apud FREITAS, 2013, p.16).

Drucker (1997) contradiz as falas de Friedman (1970) e Freitas (2013), afirmando que o comportamento econômico não deve ser a única RSC de uma organização:

É inútil alegar, como faz o economista e laureado com o Prêmio Nobel FRIEDMAN (1976), que uma empresa tem somente uma responsabilidade: o desempenho econômico. O desempenho econômico é a primeira responsabilidade da empresa. Uma empresa que não apresenta lucro no mínimo igual ao seu custo de capital é socialmente irresponsável. Ela desperdiça recursos da sociedade. O desempenho econômico é a base; sem ele a empresa não pode cumprir nenhuma outra responsabilidade, nem ser uma boa empregadora, uma boa cidadã, uma boa vizinha. Mas o desempenho econômico não é a única responsabilidade de uma empresa (DRUCKER, 1997, p.70-71).

A frente desse entendimento, o despertar da sociedade contribuiu efetivamente para a mudança da cultura organizacional, modificando e impulsionando o posicionamento dos agentes sociais. A RSC quando aplicada é um recurso que contribui para aumentar a competitividade, o sucesso financeiro e elevar a transparência das empresas no mercado. Desta

maneira, Tinoco (2008, p. 115) afirma que “RSC enfatiza o impacto das atividades das empresas para os agentes com os quais interagem: empregados, fornecedores, clientes, consumidores, governo e comunidades”.

Segundo Bower (1957) RSC caracteriza-se como um dever a ser assumido pelos administradores das organizações que engloba linhas de ações que caminhem juntas com os fins e valores do corpo social inserido. O conceito de RSC compõe-se desde os gestores da empresa até a sociedade como um todo.

[...] nota-se que a preocupação social não é só das empresas, os consumidores também envolvem nesse papel social a fim de elaborar de forma indireta a Responsabilidade Social Corporativa. O autor afirma ainda que as organizações atuam como agentes transformadores que produzem condições de integrar as pessoas que compõem as margens da sociedade (TINOCO, 2008, p 116).

A RSC é uma prática empresarial da alta gestão contemporânea. Para Parra (2004, p. 97) “todos esses elementos que sustentam e legitimam as ações sociais das empresas, acabam sendo reflexo de uma normatização e instrumentalização sem igual, como se pode verificar ao longo de sua descrição”. Na mesma perspectiva das exposições anteriores, será apresentado, no Quadro 1, uma síntese cronológica da RSC, enfatizando os autores e ideias.

Quadro 1 - Evolução cronológica da responsabilidade social.

ANO	OBSERVAÇÃO	PRINCIPAIS AUTORES OU RESPONSÁVEIS
1899 – França	Estabelecia dois princípios às grandes empresas, sendo eles: princípio da caridade, exigindo que os membros mais afortunados ajudassem os grupos excluídos; e o da custódia, em que as empresas deveriam cuidar e multiplicar as riquezas da sociedade.	Carnegie, Fundador do conglomerado <i>U.S. Steel Corporation</i>
1919 – EUA	Contaria o grupo de acionistas ao investir os dividendos na capacidade produtiva e no aumento dos salários.	Henry Ford
1929 – Alemanha	Passa a ser aceitável que as empresas, como pessoas jurídicas assumam uma função social, de caráter filantrópico.	Constituição da República de Weimar
1953 – EUA	Julgar um caso semelhante ao de Ford, porém a decisão foi favorável à doação dos recursos para a Universidade de Princeton, deixando uma brecha para a filantropia corporativa.	Justiça Americana
Década de 60 – EUA	A sociedade se manifesta contra a produção e uso de armamentos bélicos, principalmente armas químicas, o que marca que as organizações não podiam vender mais o que queriam, mas o que os consumidores desejavam. Há também uma grande expansão da literatura relacionada ao tema.	Conflito do Vietnã
Década de 70 – EUA	Os aumentos nos custos de energia e a necessidade de maiores investimentos para reduzir poluição e proteção de consumidores fazem as empresas buscarem ações para maximizar os lucros, deixando de lado as responsabilidades sociais.	Novo contexto econômico

Fonte: Karkotli e Aragão (2004, p. 59-60).

Nestas palavras sobre Responsabilidades Social Corporativa enreda-se considerações gerais acerca do tema, considerando a importância da contextualização em acordo com nosso aporte teórico. Adiante relacionaremos introduziremos a questão da ética no bojo da temática aqui estudada.

4.2. Ética e Responsabilidade Social Corporativa

A responsabilidade social corporativa e a ética estão intrinsecamente ligadas. Weber (1989), aponta que dentro da esfera capitalista existe uma caçada constante de ganhos materiais, que precisam assumir um caráter ético. “Ganhar dinheiro dentro da ordem econômica moderna é, enquanto for feito legalmente, o resultado e expressão de virtude e de eficiência em uma vocação” (WEBER, 1989, p. 33).

A literatura, por sua vez, aponta uma correlação fundamental entre responsabilidade e autoridade. Deste modo, “não se concebe a autoridade sem responsabilidade. A responsabilidade é um corolário da autoridade, sua consequência natural, sua contrapartida indispensável. Em qualquer lugar onde se exerça a autoridade nascerá uma responsabilidade” (FAYOL, 1971, p. 35, apud CURADO, 2003).

Todavia, compreende-se que o intuito da integração social e coletiva, contribui para que a ética predomine num todo elevando a imagem e as relações da empresa. No entanto, entende-se que uma finalidade entre integração social e coletiva, faz com que a ética prevaleça num todo melhorando a imagem e a relação da organização (BARROCO, 2010).

Não há possibilidade de vida social sem que haja observância de princípios éticos, a sociedade apoia-se em três conceitos, seus pilares éticos são: é essencial que ela seja justa - que haja oportunidades para todos; é necessário que ela seja livre - que a vontade educada torne a liberdade responsável; e vital que ela seja solidária - que haja compromisso com o bem pessoal e o bem comum (MATOS, 2011, p.12, grifo nosso).

Barroco e Sylvia (2012) declaram que é de grande relevância salientar que ética nas instituições deve ser um fator primário, tornando-se um exemplo social a ser seguido por outras organizações. Diante disso, pode-se afirmar que a não compreensão do conceito de ética pode ocasionar frustração, tanto no meio social quanto empresarial.

Acerca da dinâmica e das disputas mercadológicas, as organizações estão sempre atrás de novas estratégias para ajustar seus valores às demandas existentes, assim, entende-se que qualquer ato de arrogância ou desatenção dentro de uma empresa pode ocasionar uma repercussão pouco favorável. Arruda, Whitaker e Ramos (2009, p. 92), afirmam que “boas práticas, pesquisas e debates para incentivar as pessoas a se inserir na construção de sociedades mais justas, equânimes e ambientalmente equilibradas”.

Para Sá (2010), a gestão de uma organização no que se refere ao comprometimento estratégico está incessantemente exposto a problemáticas que induzem a tomada de decisão junto

à ética. O processo de tomada de decisão no âmbito organizacional é de extrema importância para manter a competitividade das empresas no mercado. Para Robbins et al (2010, p. 167) “a tomada de decisão ocorre em reação a um problema. Um problema existe quando se verifica uma discrepância entre o estado atual das coisas e seu estado desejável”.

É pertinente salientar que o problema que as empresas têm para alcançar uma imagem positiva, muitas vezes está associado à falta de conhecimento de que a ética e RSC são princípios básicos e essenciais para que se tenha êxito.

Assim, a teoria da ética e responsabilidade afirma que somos todos responsáveis pelos atos e tudo o que fazemos, onde são realizadas análises das situações, são avaliados vários itens como os efeitos que uma ação produz os resultados positivos, os males menores, visando assim o bem ao maior número de pessoas (SROUR, 2008, p.121).

Os empregadores vêm enfrentando adversidades, pois os seus colaboradores têm resistências em adotarem a ética e RSC da empresa. Logo, as organizações com dificuldades éticas e sociais precisam ter ações que mudem suas visões e atitudes (SÁ, 2010). Reis (2011, p.34), afirma que a “RSC em seu sentido mais amplo, é a consciência ética, o agir corretamente, o compromisso de ‘ser responsável’ ao não tomar decisões, cujas consequências possam ferir quaisquer interesses sociais”.

Frederick (1994), por seu turno, expõe que a relação entre RSC e ética é pautada em conceitos que exprimem a obrigatoriedade das empresas de trabalharem com a finalidade de promover o crescimento do bem-estar social. Enquanto isso, Wartick e Cochran (1985) apresentam dois princípios fundamentais deste conceito. Existe um acordo entre a corporação e o meio que está inserida, que atua como um transmissor por meio do qual a conduta dos negócios é evidenciada em analogia com os objetivos da sociedade. Segundo Coutinho e Macedo-Soares (2002, p. 78) os negócios de uma organização executam a função de “agentes morais dentro da sociedade, refletindo e reforçando seus valores”. Nessa perspectiva, Bowen (1957, p. 37) pautou RSC como “a obrigação do empresário de adotar políticas, tomar decisões e acompanhar linhas de ação desejáveis segundo os objetivos e valores da sociedade”.

Como já foi exposto ética e RSC não podem ser dissociadas. Nesse sentido, baseado em Lozano (1999), Patrus-Pena e Castro (2010) propuseram um modelo referencial que orienta um pensamento crítico e reflexivo acerca da RSC, cujas dimensões incluem-se de maneira objetiva e recíproca (Figura 1).

Figura 1: Modelo teórico de referência para ética nos negócios.



Fonte: Patrus-Pena e Castro (2010, p. 33)

Com relação a Figura 1, Patrus-Pena e Castro (2010, p. 27) conclui que “essas três dimensões devem ser integradas na Ética nos Negócios e perdem seu dinamismo quando são tratadas separadamente”.

4.3. Pirâmide de Responsabilidade Social Corporativa e Alinhamento Estratégico da Responsabilidade Social Corporativa

Mohr, Webb e Harris (2001) afirmam que RSC é um compromisso da empresa de reduzir ou eliminar os efeitos negativos e aumentar as vantagens de longo prazo para a sociedade, essa deve ser pautada considerando os principais conceitos da RSC: legal, ética, econômica e filantrópica. Carrol (1991, p. 39), corrobora com os autores Mohr, Webb e Harris (2001) reiterando que o conceito de RSC contém um esquema com quatro diferentes tipos de responsabilidades, atribuída “pirâmide de responsabilidade social corporativa” como mostra a Figura 2.

Figura 2: Pirâmide adaptada RSC de Carrol



Fonte: Carrol (1991, p. 39)

Acerca do processo de adoção da responsabilidade social (PEREIRA; PINTO, 2004) ressalta que cada um desses conceitos citados acima deve sempre associado aos demais, nunca de forma separada. Para expressar essas concepções expõem-se os seguintes:

- A. **Responsabilidade Legal:** Essa é pautada no cumprimento das leis atuais, é imprescindível que os negócios da empresa atuem de forma estruturada, mantendo sempre o padrão de qualidade e segurança aos seus clientes e colaboradores, seja em produtos ou serviços.
- B. **Responsabilidade Ética:** Refere-se a capacidade de assumir consequência dos atos praticados, seja pessoal ou grupal agindo com transparência.
- C. **Responsabilidade econômica:** Representa o compromisso de oferecer bens e serviços de que a sociedade necessita com a finalidade de obter lucros, essa é a principal responsabilidade, pois é vista como a base da empresa.
- D. **Responsabilidade Filantrópica:** O conceito de filantropia está atrelado ao humanismo e à solidariedade, responsabilidade filantrópica corresponde ao desejo da organização de realizar uma colaboração social, dispensável pela lei e/ou pela ética.

Para Freitas (2013, p.17), “o conceito de RSC é interpretado por meio de uma visão integrada de dimensões econômicas, ambientais e sociais que se relacionam e se definem conciliando os interesses do indivíduo, da sociedade e da natureza”. É importante salientar que o envolvimento de uma organização com o social deve ser o consenso do comportamento ético e a responsabilidade de assumir um compromisso com a sociedade por via de suas práticas e comportamento (ASHLEY, 2005). Freitas (2013) sinaliza quatro objetivos que as empresas devem estudar para manterem seus projetos pensados para a comunidade, são eles:

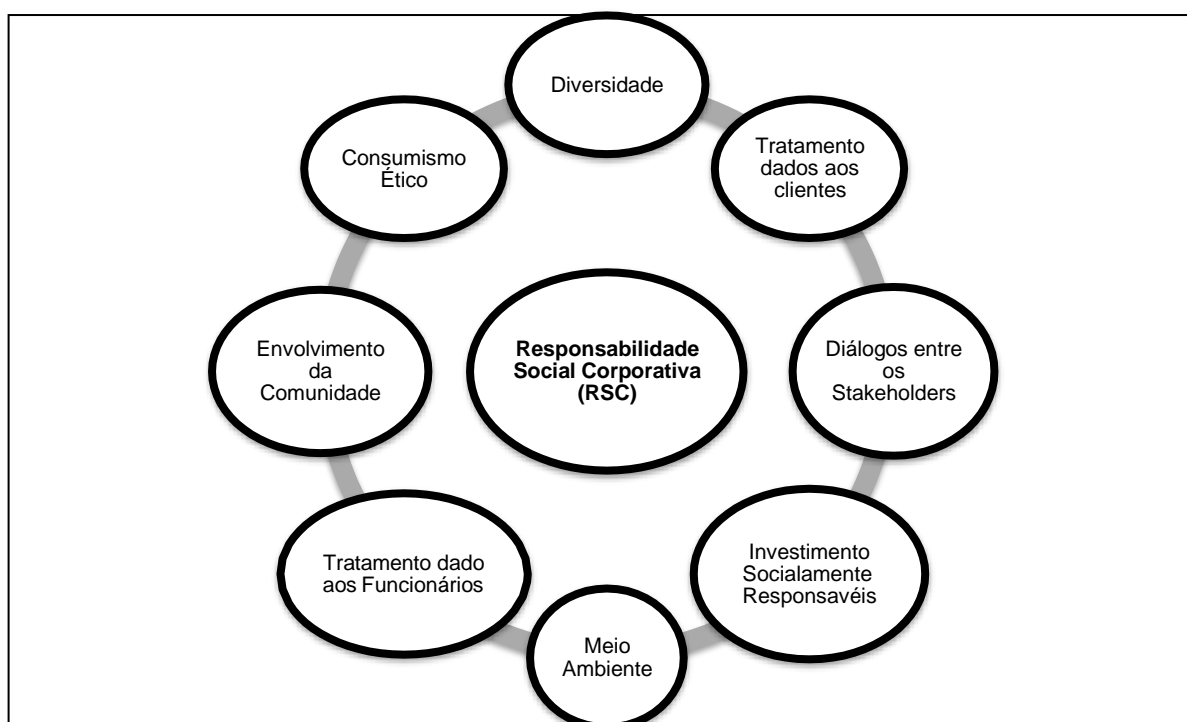
[...] O primeiro ponto parte do princípio de que o acionista é o grande interessado nos projetos, pois suas atividades beneficiam o preço das ações no longo prazo, uma vez que o mercado de ações procurará organizações com menor risco e aberta ao público, que tenha uma melhor relação custo-benefício. O segundo ponto pode estar associado ao fato de que ajuda a evitar intervenções governamentais, pois as leis não podem atender a todas as circunstâncias. Assim, as empresas devem assumir a responsabilidade de garantir uma sociedade legal e organizada. O terceiro ponto sinaliza o cuidado da empresa em promover e melhorar a comunidade com a qual os negócios são realizados, pois essas práticas sociais podem ser lucrativas. Portanto, é ético se preocupar com a sociedade e também melhorar a imagem pública da empresa. O quarto ponto está associado à sociedade, a grande beneficiada por essas atividades, pois faz com que se solucionem problemas em que os governos acabam não alcançando sucesso (FREITAS, 2013, p. 18).

Alves (2013, p. 37) pontua que “as empresas que investem na responsabilidade social focam na dimensão social, considerando esse investimento como uma atividade importante para o seu desenvolvimento”. Completando esse argumento, Schommer (2000) aborda outras maneiras de desempenho social empresarial. Ele enfatiza a relevância de investimentos e patrocínios destinados a atividades artísticas e educacionais, usando como ponte campanhas de marketing direcionadas às organizações. Dessa forma, é imprescindível a realização de atividades orientadas para a responsabilidade social que estabeleça um engajamento legal, político e ético para o meio no qual a instituição está inserida.

Ainda segundo Freitas (2013) “a RSC tornou-se abrangente, envolvendo uma dimensão de responsabilidade para com toda a cadeia produtiva da empresa – clientes, funcionários, fornecedores – além da comunidade e da sociedade como um todo” (2013, p.18). Desta forma, a organização passa a ser vista não só como um indivíduo que responde por seus atos, mas uma entidade social que atua como agente transformador (ALVES, 2003).

Segundo Almeida (2002, p. 135), RSC define-se como “o compromisso dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando simultaneamente a qualidade de vida de seus empregados, da comunidade local e da sociedade como um todo”. A Responsabilidade Social Corporativa deve ser pautada na preservação e conservação ao ecossistema, benefícios trabalhistas e na relação com os fornecedores. Almeida (2003) descreve o contexto sobre RSC como demonstra a Figura 3.

Figura 3: Definição de RSC



Fonte: Almeida (2003).

Para Freeman (1984, p. 6) o termo *Stakeholder* expressa *stake* (interesse) e *hold* (segurar), desta forma, ela significa público estratégico e descreve uma pessoa ou grupo que tem interesse em uma empresa, negócio ou indústria. A definição de *stakeholders* muda de autor para autor, conforme mostra Bryson (2003) (Quadro 2).

Quadro 2 - Definições do conceito de *stakeholder*

Autor	Definição
Freeman (1984)	Qualquer grupo ou indivíduo que afete ou seja afetado, quando uma organização atinge seus objetivos
Nutt e Backoff (1992)	Todos os grupos que serão afetados ou que afetarão a estratégia da organização

Bryson (1995)	Qualquer pessoa, grupo ou organização que possa atrair atenção, recursos ou produção da organização ou ainda ser afetado por aquela produção
Eden e Ackermann (1998)	Indivíduos ou pequenos grupos com poder para reagir, negociar e alterar o futuro estratégico da organização
Johnson e Scholes (2002)	Indivíduos ou grupos que dependem da organização para atingir seus próprios objetivos e de quem, por outro lado, a organização também depende.

Fonte: Adaptado de Bryson (2003) apud Daher et al (2007, p. 34)

A concepção de Alinhamento Estratégico, por seu turno é fundamentada nas distintas características que uma organização pode ter, essa engloba maneiras de analisar e identificar as dimensões da empresa que precisam de alterações para alcançar a compatibilidade estratégica (KAPLAN; NORTON, 2004). Barakat (2017, p. 212) conclui que “atualmente, sabe-se que diversas outras dimensões das organizações, além da estrutura, influenciam o alinhamento estratégico, a exemplo do capital humano, capital da informação e cultura organizacional”. Acerca do alinhamento estratégico da responsabilidade social a literatura apresenta as seguintes premissas:

- **Melhoria do contexto competitivo:** Porter e Kramer (2002), classifica a melhoria do contexto competitivo como uma importante aplicação das práticas ambientais e sociais. Enquanto isso, para Barakat (2017, p. 212) “o contexto competitivo é a qualidade do ambiente de negócios em que a empresa opera sempre foi importante para a estratégia. Variáveis contextuais, como: disponibilidade de funcionários; eficiência da infraestrutura local e tamanho”.
- **Escolha de questões ligadas à atividade principal da empresa:** essa condição aborda a necessidade de concentrar as decisões de RSC naquilo que engloba atividades de alto grau de centralidade e especificidade com a finalidade de garantir a geração de valor, de modo que envolva a empresa e a sociedade (BURKE; LOGSDON, 1996).
- **Diálogo com stakeholders:** a terceira condição evidencia a necessidade de estabelecer um diálogo com stakeholders para dissolver essa tarefa. Molteni (2006) afirma que uma empresa pode criar uma comunicação acessível que reforça a capacidade de antecipar-se às problemáticas sociais e ambientais.
- **Monitoramento e gerenciamento dos resultados:** por fim e não menos importante, esse conceito trata da utilização de um método ou sistema que atua como indicador para analisar os resultados encontrados (CLARKSON, 1995). De acordo com Barakat (2017, p. 212) “para a RSC estar alinhada com a estratégia, espera-se que a empresa monitore e gerencie os dados relativos às questões de RSC, além de reportar os resultados a níveis gerenciais altos”.

5. BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social (BS) nasceu nos Estados Unidos na metade dos anos 60, após a guerra contra o Vietnã. As empresas que financiaram a guerra sofreram represálias da população. Na tentativa de reconquistar e melhorar a visão do público e dos concorrentes as organizações resolveram apresentar relatórios que evidenciam suas ações sociais. A exposição desses demonstrativos deu origem a o que hoje é conhecido como BS (TINOCO, 2001).

No continente europeu, a França foi pioneira. A este respeito, Tinoco (2001, p. 130) afirma que “foi o primeiro país do mundo a ter uma lei que obriga as empresas que tenham mais de 300 funcionários a elaborar o Balanço Social”. Posteriormente Inglaterra, Portugal e Espanha começaram a debater sobre o assunto.

No Brasil, o BS começou a ter destaque em 1997 e ainda hoje o tema não é um demonstrativo que a empresa tem obrigação de fazer, ou seja, não é requerido por ente fiscalizador ou regulatório. Para Cunha e Ribeiro (2007, p. 144) “não existe ainda consenso quanto à forma da apresentação do balanço social: se livre ou padronizado, se obrigatório ou voluntário, ou quais informações especificamente ele deveria evidenciar”.

O BS tem por objetivo demonstrar a relação que a organização tem com a sociedade, o principal propósito é mostrar para sociedade a postura que a empresa tem frente a questões de desempenho social. De acordo com Tenório (2006, p. 10) “o balanço social surgiu com a crescente demanda, por parte da sociedade, de informações a respeito dos impactos que as atividades empresariais exercem sobre os trabalhadores, a sociedade, a comunidade e o meio ambiente”.

Hoje, quem busca informações sobre uma entidade deseja saber não apenas se ela está em dia com suas obrigações legais e fiscais ou conhecer os registros de suas operações financeiras. Pretende, ainda, avaliar o papel social da entidade, descobrir como ela se relaciona com os seus clientes, empregados e fornecedores, e como administra sua inserção em determinado meio ambiente (TRISTÃO; SILVA, 2000 p. 225)

Para Tinoco (2001, p.34), “o balanço social tem por objetivo ser equitativo e evidenciar informações que satisfaçam a necessidade de quem dela precisa. Essa é a missão da contabilidade, como ciência de reportar informação contábil, financeira, de produtividade e de qualidade”. O BS é uma ferramenta de gestão e informação que ampara, de forma mais transparente possível, informações dos resultados de ações econômicas e sociais, tornando-se uma prestação de contas com a sociedade por utilizar do patrimônio público, constituído de recursos naturais, humanos e o direito de conviver e usufruir dos benefícios da sociedade em que atua (IUDÍCIBUS; MARTINS; GELBCKE, 2000). Tendo em vista os fatos apresentados, seguem algumas definições dos objetivos do BS, como aborda Kroetz (2000):

Evidencia, como indicadores, as contribuições à qualidade de vida da população; abranger o universo das interações sociais entre: clientes, fornecedores, associações, governo, acionistas, investidores e outros; Contribuir para a implementação e manutenção de processos de qualidade, sendo a própria demonstração do Balanço Social um parâmetro para tal; clarificar os objetivos e as políticas administrativas, julgando a administração não

apenas em função do resultado econômico, mas também dos resultados sociais (KROETZ, 2000, p. 79).

O BS é uma ferramenta analítica, que representa o retrato numérico das informações pertinentes aos projetos sociais que a empresa oferece para a sociedade. Verifica-se de acordo com Taylor, citado por Luca (1991, p. 20), “os dados reunidos para o balanço social serão de tipos diferentes, uns numéricos, outros serão opiniões refletidas num questionário, outras opiniões deduzidas de atitudes, outros podem ser graus de satisfação”.

A extensão da informação social evidenciada em um relatório varia consideravelmente de uma empresa para outra. As informações sobre a evolução social da empresa complementam as demonstrações contábeis e podem ser apresentadas sob a forma qualitativa ou quantitativa através de notas, quadros demonstrativos ou relatórios (LUCA, 1991, p. 19).

Por meio do BS é exibido um demonstrativo que evidencia dados inerentes aos funcionários. Essas informações são abastecidas pelo Departamento de Pessoal, setor responsável por recrutamento e seleção, salários, treinamentos, entre outros (MORAES, 1999).

Para vários pesquisadores do campo econômico e social, num sentido bem amplo de medida, a empresa é o seu pessoal. Elaborar, pois, o Balanço Social representa para estes estudiosos estabelecer e explicitar as relações existentes entre o pessoal e a entidade para a qual trabalham. Assim descrever o emprego, as relações de trabalho existentes nas entidades, a forma como os trabalhadores ingressam no mercado de trabalho, sua evolução ao longo do tempo, o modo como a entidade estimula sua formação e promoção, a remuneração e outros benefícios conferidos aos assalariados, as condições de higiene e segurança, constitui num dos pilares para a elaboração do Balanço Social. (TINOCO, 1984, p. 66)

A frente do que foi exposto, Tinoco (1984, p. 70), aborda, para a elaboração do Balanço Social, alguns dados referentes aos quadros de funcionários, entre eles destacam-se:

- emprego;
- salários e outros benefícios;
- formação profissional;
- condições de higiene e segurança no trabalho;
- outras condições de trabalho;
- relações profissionais;
- outras condições de vida dependentes da empresa.

5.1 Modelos de Balanço Social

O BS expõe de modo transparente as condições que uma instituição deve atender para promover a melhoria da qualidade de vida dos seus colaboradores, clientes, fornecedores e todo o meio em que está inserido. Freitas (2013, p.25), afirma que “o Balanço Social teve seu início no Brasil nos anos 90, sendo seu porta-voz o sociólogo Betinho, por meio do Modelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE)”.

O primeiro relatório é o Modelo IBASE, criado em 1997 para fomentar a divulgação

voluntária do BS. “O IBASE tem como objetivo a radicalização da democracia e a afirmação de uma cidadania ativa” (FREITAS, 2013, p. 25). O modelo IBASE apresenta sete categorias, conforme exposto no Quadro 3, com descrição e especificação de cada grupo.

Quadro 3 - Descrição dos grupos de Balanço Social Modelo IBASE

Grupo	Descrição	Especificação
1	Base de cálculo	Dados sobre geração de receitas, resultado operacional e folha de pagamento bruta;
2	Indicadores sociais internos	Gastos com alimentação, educação, capacitação e saúde, dentre outros relacionados aos empregados;
3	Indicadores sociais externos	Gastos da empresa na comunidade (saúde esaneamento, cultura, educação etc.) e os tributos;
4	Indicadores ambientais	Gastos com despoluição, educação ambiental, investimento em programas externos e outros, seacom os empregados ou sociedade
5	Indicadores do corpo funcional:	Número de admissões, estagiários, mulheres, negrose portadores de deficiência física;
6	Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	Aspectos referentes ao número de acidentes do trabalho, responsabilidade dos padrões de segurança e salubridade existentes;
7	Outras informações	Outras informações que a empresa julgar necessárias.

Fonte: Godoy et al. (2007, p. 5)

De forma genérica, o modelo apresentado pelo IBASE usa uma linguagem objetiva, de modo que todas as informações estejam contidas no mesmo relatório que simplifica a interpretação dos envolvidos.

O segundo relatório é o Modelo da GRI (*Global reporting initiative*), cujo significado é Iniciativa Global para a Apresentação de Relatórios. Esse projeto surgiu em 1997, em parceria com uma organização não governamental norte-americana. O modelo da GRI propõe a elaboração de relatórios de sustentabilidade que podem ser inseridos em qualquer organização. Além disso, determina quais princípios as empresas devem adotar e também a função de mensurar e informar da maneira mais transparente a sua performance econômica, social e ambiental (GRI, 2011).

A estrutura da GRI é pautada nos seguintes conceitos: as diretrizes, os suplementos setoriais, os limites do relatório e os protocolos técnicos. (GRI, 2011) afirma que esses procedimentos podem ser empregados por empresas de qualquer porte utilizando os cinco conjuntos de protocolos a seguir, que podem ser observados no Quadro 4:

- Conjunto de Protocolos de Indicadores: Econômico;
- Conjunto de Protocolos de Indicadores: Meio Ambiente;
- Conjunto de Protocolos de Indicadores: Direitos Humanos;
- Conjunto de Protocolos de Indicadores: Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente e;
- Conjunto de Protocolos de Indicadores: Responsabilidade pelo produto e sociedade.

Quadro 4: Visão geral da estrutura dos indicadores do GRI

	Categoria	Aspectos
Econômica	Impactos econômicos Diretos	Clientes Fornecedores Funcionários Investidores Setor Público

Ambiental	Impactos ambientais	Materiais Energia Água Biodiversidade Emissões e resíduos Fornecedores Produtos e Serviços Adequada à legislação Transporte Total
Social	Práticas trabalhistas	Emprego Relações com funcionário Saúde e segurança Treinamento e educação Diversidade e oportunidade
	Direitos humanos	Estratégia e gestão Não-discriminação Liberdade de associação e denegociação coletiva Trabalho infantil Trabalho forçado e compulsório Procedimentos disciplinares Procedimentos de segurança Direitos indígenas
	Sociedade	Comunidade Suborno e corrupção Contribuições políticas Competição e política de preços
	Responsabilidade sobre produtos e serviços	Saúde e segurança dos consumidores Produtos e serviços Propaganda Respeito à privacidade

Fonte: GRI (2002, p. 34) apud Silva Dias et al. (2006, p. 78)

O modelo ETHOS - Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é fundamentado numa narrativa esmiuçada que engloba os princípios e as ações da empresa, assim como a GRI. Em 1998, o instituto foi criado por executivos e empresários, segundo ETHOS (2013) esse guia tem como missão “mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa”.

Para Freitas (2013, p.28), "o Instituto Ethos enxerga o balanço social como uma ferramenta de suma importância para um diagnóstico corporativo". Ashley (2005) afirma que o instituto foi projetado para ser dinâmico e para mudar de acordo com os padrões atuais de responsabilidade social. O questionário ETHOS é organizado em sete temas e são subdivididos em 36 indicadores os quais propõem sugestão de resposta: sim, não, em parte, em grande parte (ETHOS, 2013).

Além do questionário Ethos oferece uma ferramenta de gestão e planejamento que orienta e auxilia as políticas e ações da empresa. O autor “evidencia que os indicadores Ethos têm como base o questionário de avaliação, aqui apresentado. Ele é um instrumento de diagnóstico da situação específica da empresa, indicando o grau de efetivação da responsabilidade social em suas atividades” (ETHOS, 2000).

5.2. Perspectivas do Balanço Social no cenário atual

Zarpelon (2006) pontua que o BS tem como essência certificar que a intenção da empresa não é somente a geração de lucros com um fim em si mesmo, mas o desempenho social. Este pode acontecer a partir do acordo e parceria, e da responsabilidade para com a sociedade, usando como recurso o demonstrativo da prestação de contas do comportamento sobre o uso e a apropriação de recursos, que originalmente pertence a sociedade, logo deve ser exposto.

Miranda (2013, p. 47) afirma que "é mudar a visão tradicional na qual a empresa deveria tratar apenas de obter lucro, sem se preocupar com a satisfação da sua força de trabalho e com o ambiente externo, para adotar uma visão moderna em que os objetivos da empresa incorporam sua RSC". Segundo Martins (1995), o demonstrativo do BS deve conter todas as ações nas quais organizações necessitam aplicar e desenvolver, são elas:

- Manutenção de condições saudáveis de trabalho;
- Segurança;
- Treinamento e lazer para funcionários e seus familiares;
- Contenção ou eliminação de resíduos tóxicos;
- Elaboração e entrega de produtos ou serviços de acordo com as condições de qualidade e segurança desejada pelos consumidores.

De acordo com Tinoco (2001) o BS tem como propósito expor a realidade econômica e social da empresa em um estipulado período. No relatório do BS deve conter informações, simples, objetivas e transparentes, proporcionando à sociedade avaliá-la, compreendê-la e criticá-la. Como já foi exposto, a comunidade cobra das instituições o uso dos recursos naturais, de modo que prevaleça o interesse do todo e contribua para a melhoria da qualidade de vida da sociedade em geral. De acordo com Varela, Costa e Dolabella (1999), o Quadro 5 propõe um resumo das demonstrações, contribuições e objetivos relacionados à empresa.

Quadro 5 - Relacionamento da empresa com seus usuários

Parceiros	Contribuições	Demandas Básicas
Acionistas	Capital	-Lucros e dividendos; -Prevenção do Patrimônio
Empregados	Mão-de-obra; Criatividade; - Ideias;	-Segurança no emprego; -Salários justos; -Realização pessoal; -Condições de trabalho
Fornecedores	- Mercadorias	-Respeito aos contratos; -Negociação legal
Clientes	- Dinheiro	-Segurança; -Boa qualidade dos produtos; -Preço acessível; -Propaganda honesta
Concorrentes	- Competição	-Lealdade na concorrência
Governo	- Suporte institucional, jurídico e político	- Obediência às leis; -Pagamento de tributos
Grupos e Movimentos	- Aportes socioculturais diversos	-Proteção ambiental; -Respeito aos direitos de minorias - respeito aos acordos salariais
Comunidade	- Infraestrutura	-Respeito ao interesse comunitário; -Contribuição à melhoria da qualidade de vida na comunidade; - Conservação dos recursos naturais, etc.

Fonte: Varela, Costa e Dolabella (1999, p. 29)

6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para Martins e Theóphilo (2009) o método científico é uma prática de investigação

científica que usa procedimentos coletivos e particulares, além de técnicas especiais que podem ser usadas em diferentes ciências e tecnologias. O autor pontua também como um método de se construir uma boa ciência: natural ou social, pura ou aplicada, formal ou factual. A partir da soma de procedimentos sistemáticos é possível traçar um raciocínio lógico, que é conhecido como a pesquisa a ser trabalhada, cuja ocupação é propor soluções para a problemática estudada, usando como recurso métodos científicos (ANDRADE, 2001).

De acordo com Vergara (2011, p. 49) “estudo de caso é circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como pessoa, família, produto, empresa, órgão público, comunidade ou mesmo país. Tem caráter de profundidade e detalhamento. Pode ou não ser realizado no campo. O estudo de caso contribui para melhor compreensão dos fenômenos, os processos organizacionais e políticos da sociedade. É uma ferramenta que auxilia o entendimento e as razões que levaram a decisão encontrada”.

6.1. Delineamento Da Pesquisa

Vergara (2010) pontua que existem dois critérios fundamentais para reconhecer a pesquisa científica: quanto aos fins e quanto aos meios de investigação. Nesta abordagem será utilizada a pesquisa de caráter descritivo. As pesquisas descritivas englobam um amplo número de procedimentos de coleta de dados, que são eles: entrevistas pessoais, entrevistas por telefone, questionários pelo correio, questionários pessoais e observação (MATTAR, 2001).

O fator primordial para escolha desse tipo de pesquisa assentou-se na possibilidade de descrever os resultados encontrados, conforme foram propostos nos objetivos apresentados, isto é: descrever as ações de responsabilidade social corporativa da empresa objeto de estudo, discutir como as práticas de responsabilidade social corporativa auxiliam a empresa a atingir os seus objetivos estratégicos em relação a competitividade, estudar e analisar os Balanços Sociais da empresa estudada, apresentar os tipos de relacionamento da empresa estudada com o meio em que está inserida.

De acordo com Martins e Theófilo (2009), o delineamento da pesquisa engloba os meios específicos da investigação, relaciona-se à estrutura, o esboço da pesquisa, a previsão de coleta e considerações das referências, informações e esclarecimentos. Assim, quanto aos meios de investigação foi utilizada a pesquisa bibliográfica e documental.

6.2. Pesquisa Bibliográfica

Segundo Martins e Theófilo (2009) a pesquisa bibliográfica além de contribuir com a base teórica do estudo é substancial de todo trabalho científico. A investigação bibliográfica elucida e discute uma temática, um argumento ou problemas apoiando-se em referências bibliográficas expostas em revistas, artigos, livros e jornais. A partir da análise, ela contribui explicando sobre determinada área. A escolha da pesquisa aconteceu por meio da necessidade de investigar e

compreender os tópicos propostos no estudo do projeto.

6.3. Percurso da pesquisa

Com o objetivo de analisar as práticas de responsabilidade social corporativa, usando como ferramenta o balanço social, a entrevista foi eleita como meio de investigação da presente questão. Deste modo, antes da entrevista, definiu-se uma empresa. Na ocasião, a acessibilidade foi um elemento primordial para a escolha. Com isso, os dois primeiros passos, nesse sentido, foi designar uma empresa e a definição da entrevista como meio de investigação, por meio do qual pode-se, então, explorar as categorias de interesse. Assim, a entrevista foi realizada no âmbito da própria empresa, através de um colaborador de RH.

A escolha da empresa deveu-se a acessibilidade, mas também pelo seu porte. Trata-se uma multinacional, criada em 1955, que atua no Brasil com aproximadamente sete mil funcionários, sendo umas das maiores representantes do agronegócio no país. Atua principalmente na produção de soja e trigo. A sede da empresa em que a entrevista foi realizada fica localizada no município de Luís Eduardo Magalhães, no oeste da Bahia. Enquanto isso, a razão da escolha da entrevista como meio de investigação deveu-se a possibilidade de aprofundamento tema de interesse, além da possibilidade de analisar:

- As práticas de responsabilidade social corporativa a partir do balanço social;
- As ações de responsabilidade social corporativa da empresa;
- A forma como as práticas de responsabilidade social corporativa auxilia a empresa a atingir os seus objetivos estratégicos em relação a competitividade;
- Os Balanços Sociais da empresa;
- Os tipos de relacionamento da empresa no meio em que está inserida.

Nesse sentido, a entrevista focou, a princípio, na missão, visão, valores e no processo produtivo da empresa. Assim, a entrevista foi caracterizada em três blocos, adaptada de Pena (2013) e Freitas (2013), chegando na seguinte divisão:

- Bloco I – Execução
- Bloco II - Finalidade
- Bloco III - Expectativas

No primeiro momento (**Bloco I Execução**), as perguntas envolviam programas na área de Responsabilidade Social Corporativa, envolvendo colaboradores, fornecedores, clientes, comunidade e Governo. Questionou-se igualmente sobre investimentos em RSC, projetos recentes, as razões dos investimentos em RSC, os objetivos estratégicos da empresa relacionados a prática de RSC, avaliação das RSC, os benefícios de implementação da RSC e Oferta de melhoria em relação a fatores como: qualidade de vida e segurança no trabalho, plano de desenvolvimento profissional e incentivo à escolaridade dos colaboradores.

No segundo momento (**Bloco II- Finalidade**), as questões consistiram em verificar se concordância entre os gestores da empresa quanto à importância das práticas de RSC, quanto ao papel da alta gestão na estruturação das ações de RSC, o papel da área de RH da empresa na sistematização das ações de RSC, a forma como a empresa atesta as ações de RSC oferecidas para a sociedade, a questão se foram necessárias mudanças de ordem tecnológica para a implementação da prática de RSC, sobre privação econômica para as ações de RSC, eventuais mudanças na indústria, resistências com relação às práticas de RSC adotadas.

No terceiro momento (**Bloco III – Expectativas**), voltou-se a questionar se havia(m) percepção positiva do crescimento da indústria na RSC, se alta gestão e a área de recursos humanos monitoram outras indústrias, sobre o modo como a Empresa acompanha os resultados de suas ações de RSC no mercado, se Empresa fiscaliza o impacto das ações de RSC com os seus stakeholders de RSC e sobre o setor responsável.

7. RESULTADOS E DISCUSSÕES

No que se refere a definição de missão, visão e valores, a entrevistada citou que “a razão de existir está no valor que geramos para a sociedade, na filosofia que orienta nossos relacionamentos e na responsabilidade ambiental que pauta nossas iniciativas”. Para Drucker (2011, p. 49) “uma empresa não se define pelo seu nome, estatuto ou produto que faz; ela se define pela sua missão. Somente uma definição clara da missão é razão de existir da organização e torna possíveis, claros e realistas os objetivos da empresa.” Quanto ao segundo aspecto (visão), significa “ser a maior processadora global de oleaginosas integrada e a principal parceira de soluções sustentáveis de oleaginosas, commodities e ingredientes relacionados” (ENTREVISTADA).

A este respeito, Costa (2007, p. 23) reitera que “o conceito de visão é muito amplo, porém pode ser definido como um conceito operacional que tem como objetivo a descrição da autoimagem da organização: como ela se enxerga, ou melhor, a maneira pela qual ela gostaria de ser vista”. O terceiro aspecto (valores), por sua vez, indica “nos ajudam a alcançar nosso objetivo de aprimorar a cadeia global de alimentos e do agronegócio” (ENTREVISTADA). Para Tamayo (1998, p. 58), “valores organizacionais são princípios ou crenças, organizados hierarquicamente, relativos a condutas ou metas organizacionais desejáveis, que orientam a vida da organização e estão a serviço de interesses individuais, coletivos ou ambos.”

Os elementos contidos para representar a visão cabem e parecem ser mais adequados à missão, considerando o que define, a diante, como valores. De certo modo, a empresa incluiu preocupações externas (responsabilidade ambiental), evidenciou o que, fato, orienta seus passos, ou seja, “ser a maior processadora global de oleaginosas integrada e a principal parceira de soluções sustentáveis de oleaginosas”, que representa o seu foco em “aprimorar a cadeia global de alimentos e do agronegócio” (ENTREVISTADA). Segundo explicação de Kaplinsky e Morris (2002), cadeia global de valor atua entre os meios de gestão e campo organizacional, ele defende ainda que os negócios ultrapassam as áreas locais, desde a linha de produção, marketing até a etapa final.

A respeito de uma das principais questões do presente trabalho, consta mencionar que existem importantes indicadores de RSC. Conforme Tenório (2006), os mais utilizados são: a) balanço social; b) demonstração do valor adicionado; c) certificação da responsabilidade social. Assim, as primeiras indagações buscaram saber se a empresa tinha programas na área de RSC que envolvia colaboradores, fornecedores, clientes, comunidade e Governo e que ações seriam. A entrevistada respondeu afirmativamente, adicionando a informação de que “*a política tem como objetivo direcionar colaboradores, estagiários e terceiros da “ABC”¹ quanto às atividades voluntárias orientados pela Fundação “ABC”, por meio dos seus programas*”.

O retorno acima, evidencia que as ações a que ela se refere consta de direcionamento dos colaboradores através de programas da própria empresa. Além disso, a entrevistada, ao ser perguntada sobre os motivos da empresa a programar e investir em um programa de RSC, respondeu que “A RSC é uma forma de contribuir com a comunidade inserida. A RSC representa o compromisso ético com o desenvolvimento econômico”.

A entrevistada relatou sobre a existência de projetos recentes que ainda estão em fase de ajustes e início de implementação, porém estão concentrados na gerência. Ainda que, nos termos dela, a empresa seja motivada pelos “*os impactos positivos que [...]pode gerar para a sociedade, na educação, preservação do meio ambiente e respeito aos funcionários*”.

Com a finalidade de discutir como as práticas de responsabilidade social corporativa auxiliam a empresa a atingir os seus objetivos estratégicos em relação a competitividade,

¹ Nome fictício.

realizamos seis perguntas descritas no apêndice.

Para a entrevistada, a primeira pergunta pode ser respondida pelo fato das práticas de RSC “*contribui no aprimoramento dos processos e reduz impactos negativos de sua atividade na comunidade e meio ambiente*”, o que estaria diretamente relacionado aos seus objetivos estratégicos. Além do mais, poderíamos extrair da fala dela que a empresa tem como objetivo estratégico:

- a) “*O desenvolvimento da cidadania por meio de ações de incentivo de maneira espontânea e não remunerada, para causas e objetivos determinados pela Fundação ‘ABC’*”;
- b) “*Satisfação das necessidades dos clientes e colaboradores*”;
- c) “*Aumento da vantagem competitiva*”

Nos termos da entrevistada, estas informações poderiam ser confirmadas pelos “*Indicadores do Ibase*” e pelo “*relatório de sustentabilidade*” publicado anualmente, que representa um fator determinante para o seu crescimento, além de possibilitarem pela “*satisfação das necessidades dos clientes e colaboradores*”.

O Balanço Social, por sua vez, tal como já foi afirmado, envolve informações, mensuração de impactos sociais, ambientais, elementos de transparência, entre outros aspectos. Deste modo, a empresa ofertou um documento com dados nomeado de “*Relatório de compromissos anual/2019*”, disponível no site da empresa.

Os dados relativos aos “*Indicadores Sociais Externos*” para cálculo considerava cinco categorias, a saber:

- A. Educação
- B. Cultura
- C. Saúde e saneamento
- D. Esporte
- E. Combate à fome e segurança alimentar

As “*informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial*” dispunha, igualmente, de dados que mostram a realidade da empresa. Neste caso, foi possível observar que:

- A. Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos pela: direção e gerências;
- B. Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por: direção e gerências;
- C. Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa: segue as normas da OIT;
- D. A previdência privada contempla: todos(as) empregados(as);
- E. A participação dos lucros ou resultados contempla: todos (as) empregados(as);
- F. Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e

ambiental adotados pela empresa: são exigidos;

G. Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa: organiza e incentiva;

Além do exposto, o Balanço Social incluía itens relativo ao “número total de reclamações e críticas de consumidores(as) e “% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas”.

Tomado como esse estado de coisa como fonte de dados, observou-se a persistência de algumas lacunas. Os documentos ofertados orientaram a melhor definir a atuação situação da empresa naquilo que interessa na execução deste estudo. Assim, foram utilizados como suporte o “Relatório de compromissos 2019” e o documento relativo à “Política de não- desflorestamento”, contido no relatório de progresso (de outubro 2020), ambos disponíveis em rede.²

No primeiro caso, ficou evidente que a empresa adota uma posição segundo a qual a sustentabilidade é tida como caminho para garantir a prosperidade com responsabilidade. Além disso, afirma que as ações são pautadas na ética, na integridade e na transparência, que constituem como valores inegociáveis para a empresa. Do mesmo modo, orienta-se pelas leis e pelas ações de combate à corrupção dentro das melhores práticas globais para o setor.

Mais próximo do tema de interesse o “Relatório de compromissos 2019” sublinha que a empresa tem almejado melhorias no setor, entre as quais incluem melhorar o relacionamento com fornecedores, que perfazem mais de 12 mil ativos em todo o Brasil. A empresa também “monitora a ocorrência de desflorestamento em fazendas de fornecimento direto, bloqueando áreas rurais que não atendam à legislação ambiental e do trabalho”.

O desenvolvimento sustentável também aparece como uma preocupação da empresa, segundo os referidos documentos. A Política Global de Não Desflorestamento da empresa busca eliminar o desflorestamento das cadeias de suprimentos de grãos e oleaginosas globalmente até o ano de 2025. Na mesma direção, o arquivo aponta compromissos adicionais com os colaboradores, que incluem desenvolvimento profissional, treinamentos, capacitação técnica, sem contar com a redução do número de lesões sucedidas de afastamento.

Por último, o compromisso com a comunidade aparece na forma de investimento de cerca de R\$ 7 milhões em 2019 com ações como:

1. Comunidade Integrada, um programa de desenvolvimento territorial sustentável;
2. Projeto REDES, que valoriza jovens e pessoas com deficiência integrando o Poder Público Municipal;
3. Comunidade Educativa, programa de voluntariado corporativo que tem por objetivo valorizar o trabalho comunitário em municípios onde a “ABC” está presente.

² RELATÓRIO: POLÍTICA DE NÃO-DESFLORESTAMENTO. DISPONÍVEL EM: https://www.bunge.com.br/downloads/Relatorio_de_Progresso_Politica_de_Nao_Desflorestamento_outubro_2020.pdf.

4. Semear Leitores, que incentiva a prática da leitura entre crianças das séries iniciais (1º ao 5º ano) de maneira prazerosa e lúdica.
5. Centro de Memória “ABC”, um dos mais completos acervos de memória empresarial do país, com materiais diversos como documentos cartográficos, iconográficos, filmográficos e textuais.
6. Prêmio Fundação “ABC”, criado para incentivar a inovação e a disseminação de conhecimento, é concedido anualmente a personalidades de destaque em diversos ramos das Ciências, Letras e Artes no País em duas categorias: Vida e Obra e Juventude³.

O segundo documento referido acima, trata de corroborar com as informações prestadas até o momento, com a inovação no sentido de priorizar os dados relativos à política de não-desflorestamento. Nele observou-se que a empresa tem evoluído quanto ao monitoramento, ou seja, atualmente o sistema já cobre 100% das áreas de risco na região do Grande Chaco e 95% do Cerrado brasileiro, em 2020. Enquanto isso, “tem 100% de rastreabilidade em compras diretas até a origem no Brasil e nas regiões com risco de desmatamento no Grande Chaco da Argentina e Paraguai”. De modo geral, observou-se que, a empresa tem atuado em diferentes frentes com o foco em melhorar as condições gerais, inclusive aquelas das quais necessita para alcançar objetivos econômico.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho buscou analisar as práticas de responsabilidade social corporativa usando como ferramenta o balanço social, de modo que pudesse assim proceder por intermédio da descrição das ações de responsabilidade social corporativa da empresa objeto de estudo, da discussão de como as práticas de responsabilidade social corporativa auxilia a empresa a atingir seus objetivos estratégicos em relação a competitividade, da análise dos Balanços Sociais da empresa estudada e da apresentação dos tipos de relacionamento da empresa estudada com o meio em que está inserida. Não obstante, partiu-se da compreensão de que o papel das empresas privadas se alterou positivamente ao longo dos últimos anos. Atualmente os interesses econômicos legítimos precisam, em alguma medida relacionar-se com as responsabilidades sociais que a entidades assumem diante da sociedade.

Este estudo trabalhou com o conceito de cidadania corporativa, que envolve os modos como as instituições se relacionam com a sociedade (Maignan; Ferrell, 2001), com o conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), que implica um comportamento ético e transparente (Ashley, 2005), se fortalecendo a partir de 1990. Este conceito, central no estudo tem diversas conformações. Pode indicar, por exemplo, que as empresas que têm boa RSC firmam um compromisso também com a sustentabilidade. Balanço social foi outro conceito explorado neste trabalho, considerando-o como uma ferramenta que evidencia como devem ser examinados os

índices coletivos e ambientais, abarcando toda a sociedade.

A partir da entrevista e dos elementos do Balanço social, observou-se que a empresa, através da missão, visão e valores, possui preocupação em ascender a patamares cada vez mais elevados na cadeia de produção, bem como aos elementos relacionados à RSC. Assim sendo, é preciso reforçar as possibilidades que o balanço social pode oferecer como ferramenta de evidenciação da Responsabilidade Social Corporativa.

O Balanço Social pode, ainda, contribuir no sentido de garantir informações que satisfaçam a necessidade de quem dela precisa, possibilitar informações concernentes aos resultados de ações econômicas e sociais, verificar as contribuições à qualidade de vida da população, mostrar os objetivos e as políticas administrativas. Resta ainda, deixar manifestado que outras pesquisas devem ser realizadas, buscando imperiosamente explicar os principais desafios da assumir o balanço social como um modelo de ferramenta que associe interesses sociais e empresariais. Além, a pesquisa realizada não pretendia esgotar as possibilidades de interpretação. Pelo contrário, buscou-se contribuir com as demais pesquisas neste campo.

REFERÊNCIAS

ACKERMANN, Fran & EDEN, Colin. (2011). **Strategic Management of Stakeholders: Theory and Practice**. Long Range Planning. 44. 179-196. 10.1016/j.lrp.2010.08.001.

ALMEIDA, F. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002, p. 135.

ALVES, E. A. Dimensões da responsabilidade social da empresa: uma abordagem desenvolvida a partir da visão de Lozano. **RAUSP – Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 38, n. 1, p. 37-46, jan./fev./mar. 2003.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. – 5 ed. – São Paulo: Atlas, 2001. p.173.

ARRUDA, Maria Cecilia Coutinho de; WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria Rodrigues. **Fundamentos de ética empresarial econômica**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

ASHLEY, Patrícia Almeida (org.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2005.

BARAKAT, Simone Ruchdi; BOAVENTURA, João Maurício Gama; POLO, Edilson Fernandes. **Alinhamento estratégico da responsabilidade social corporativa: um estudo de caso no setor bancário brasileiro**. Read. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre), [s.l.], v. 23, n. 1, p.206-233, abr. 2017. FapUNIFESP (SciELO).<http://dx.doi.org/10.1590/1413-2311.076.55866>.

BARROCO, Maria Lúcia S. **Ética: Fundamento sócio- históricos**. São Paulo: Editora Cortez, 2010.

BARROCO, Maria. L. TERRA, Sylvia.H. **Código de Ética do/a Assistência Social comentando**. Conselho Federal de Serviço Social-CFESS, (Organizador)- São Paulo: Cortez, 2012.

- BOWEN WC. From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business-and-Society Thought. **Business & Society**. 1994;33(2):150-164.
- BOWEN, Howard R. **Responsabilidades sociais do homem de negócios**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, p. 37 1957.
- BRYSON, John M. **What to do when stakeholders matter: A guide to stakeholder identification and analysis techniques**. In: **The National Public Management Research Conference**. Washington (DC): Georgetown University Public Policy Institute, out.2003.
- BURKE, Lee & LOGSDON, Jeanne. (1996). **How Corporate Social Responsibility Pays Off. Long Range Planning**. 29. 495-502. 10.1016/0024-6301(96)00041-6.
- CARROLL, A. B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. **Business Horizons**, Indiana University, July-August, p. 39-48. 1991.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 5. ed São Paulo: Prentice Hall, 2002. 242 p.
- CLARKSON, M.B.E. A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. **Academy of Management Review**, 20, 92-117, 1995.
<https://doi.org/10.5465/amr.1995>.
- COSTA, E. A. da. **Gestão estratégica: da empresa que temos a empresa que queremos**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- COUTINHO, RENATA. B. G; MACEDO-SOARES, T. Diana L. v. A. **Gestão Estratégica com Responsabilidade Social: Arcabouço Analítico para Auxiliar sua Implementação em Empresas no Brasil**. **RAC**, v. 6, n. 3, Set./Dez. 2002: 75-96
- CUNHA, Jacqueline Veneroso Alves da. RIBEIRO, Maisa de Souza. **Evolução e Estrutura do Balanço Social no Brasil e Países Selecionados: um Estudo Empírico**. **RAC-Eletrônica**, 1, n. 2, art. 9, p. 136-152, Maio/Ago. 2007 Disponível em <http://www.anpad.org.br/rac-e>.
- CURADO, I. B. **Responsabilidade legal, responsabilidade social e compromisso social: uma questão de autoridade?**. Anais do 27 o. ENANPAD, Atibaia, SP, 2003.
- DAHER, W. de M. OLIVEIRA, Marcelle C. CALS, B. de O. PONTE, Vera M. R. **Responsabilidade Social Corporativa segundo o Modelo de Hopkins: Um estudo nas empresas do setor energético do nordeste brasileiro**. **RGSA – Rev. de Gestão Social e Ambiental**. Jan. - Abr. 2007, V. 1, Nº. 1, pp. 31-46.
- DIAS, L. N. S. **Análise da utilização dos indicadores do Global Reporting Initiative nos relatórios sociais em empresas brasileiras** (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.
- DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. Editora Atlas: São Paulo, 1995.
- DRUCKER, P. **Administrando em tempos de grandes mudanças**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- DRUCKER, P. **Sociedade pós-capitalista**. São Paulo: Pioneira, 1997.
- EDEN, C., :ACKERMAN, F. (1998). **Making Strategy: The Journey of Strategic Management**. London: Sage

FAYOL, H. **Administração industrial e geral**. São Paulo: Atlas, 1971. 9ª Ed

FREITAS., Carla Helena Gonçalves de. **A Responsabilidade Social Corporativa nas indústrias granfino: um estudo de caso**. 2013. 76 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão Ambiental, Fundação Getúlio Vargas Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas Mestrado Executivo em Gestão Empresarial - Mex, Rio de Janeiro, 2013

FRIEDMAN, M. **Capitalismo e Liberdade**. São Paulo: Nova Cultural, 1970.

GRI – Global Reporting Initiative. **Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade**. Versão 3.0. GRI. Amsterdã. 2000-2006.

GODOY, M. et al. B. **Balanco Social: convergências e divergências entre os modelos do IBASE, GRI e INSTITUTO ETHOS**. In: Congresso UFSC de Controladoria e Finanças, 1., 2007, Florianópolis. Anais... v. I. p. 25-29, 2. Disponível em: <https://nemac.paginas.ufsc.br/files/2012/11/balancoibase.pdf>

IBASE. **Balanco social: o desafio da transparência**. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: Acesso em: 12 mai. 2013

INSTITUTO ETHOS. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 29 nov. 2019.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens, **Manual de contabilidade das sociedades por ações**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

JOHNSON, Gerry; SCHOLLES, Kevan. **Exploring corporate strategy**. Eighth edition. 2002.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes**. Boston, MA: Harvard Business Press Books, 2004.

KAPLINSKY, Raphael; MORRIS, Mike; READMAN, Jeff. The globalization of product markets and immiserizing growth: lessons from the South African furniture industry. **World development**, v. 30, n. 7, p. 1159-1177, 2002.

KARKOTLI, G.; ARAGÃO, S. D.. **Responsabilidade social: uma contribuição à gestão transformadora das organizações**. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balanco social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LOZANO, Josep M. **Ética y empresa**. Madrid: Editorial Trota, 1999. 319p.

LUCA, Márcia Martins Mendes de. **Demonstração do Valor Adicionado**, Dissertação apresentada ao Departamento de Contabilidade Atuária da FEA/U SP, São Paulo, 1991.

MAIGNAN, I.; FERRELL, O. C. Antecedents and benefits of corporate citizenship: an investigation of French businesses. **Journal of Business Research**, v. 51, n. 1, p. 37-51. 2001a.

MARTINS, Eliseu. Balanco Social - **Ideia que merece permanecer**. Gazeta Mercantil, São Paulo, 18 set. 1998.

MARTINS, G. A.; THEÓFILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓFILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2009. 247p.

MATOS, Francisco Gomes de. **Ética na gestão empresarial**. São Paulo: Editora Saraiva, 2011.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MELO NETO, Francisco P. de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: O caso brasileiro**. 2 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

MIRANDA, Nayandra Barros de. **O balanço social como uma ferramenta de evidenciação da responsabilidade social corporativa**. 2013. 66 f. Monografia (Especialização) - Curso de Ciências Contábeis, Universidade Estadual do Ceará Centro de Estudos Sociais Aplicados Curso de Ciências Contábeis, Fortaleza, 2013.

MOHR, L.; WEBB, D. **The effects of corporate social responsibility and prince on consumer responses**. The Journal of Consumer Affairs, Georgia, v.39, n. 1, p. 121-147, Jan. 2005.

MOHR, L.; WEBB, D; HARRIS, K. Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. **The Journal of Consumer Affairs**, Georgia, v.35, n.1, p.45-72, Jan. 2001.

MOLTENI, M. The social-competitive innovation pyramid. **Corporate Governance**, New York, v. 6, n. 4, 2006.

MORAES, Cristiane Pires de. **Balanço social: uma nova realidade**. 1999. 54 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Departamento de Ciências Contábeis do Centro Sócio Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1999.

NUTT, P. C., & BACKOFF, R. W. **Strategic management of public and third sector organisations**. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers, 1992.

PARRA, Marcelo Fernando Lopez. **Responsabilidade corporativa: entre o social e o regulado estudo de um setor da siderurgia brasileira**. 2004. 224 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Fundação Getúlio Vargas - RJ Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Rio de Janeiro, 2004.

PATRUS, Roberto; CARVALHO NETO, Antônio Moreira de; COELHO, Helena Maria Queiroz. Responsabilidade Social Empresarial e Relações de Trabalho: programa de pesquisa sobre gerenciamento dos stakeholders de empresas signatárias do pacto global da ONU. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 15, n. 46, p.22-38, jan. 2013

PATRUS-PENA, R., & CASTRO, P. P. **Ética nos negócios**. São Paulo: Atlas, 2010.

PENA, Rafael Columa Meirelles. **Responsabilidade social corporativa e gaps de percepção : um estudo de caso**. Dissertação (mestrado) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa, 2013. 174 f..

PEREIRA, D. R. M.; PINTO M. R. Perfis de empresas varejistas quanto à adoção de práticas de responsabilidade social. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo – RAUSP**, v. 39, n.2, p. 153, abr./maio/jun. 2004.

PORTER, M. E.; KRAMER, M.R. **Creating Shared Value: how to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth**. Harvard Business Review, 2002.

REIS, Carlos Nelson dos. **Responsabilidade social das empresas e balanços social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social**. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

RESEARCH CONFERENCE. Washington, DC: Georgetown University Public Policy

ROBBINS, Stephen; JUDGE, Timothy; SOBRAL, Filipe. **Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2010. 633 p.

SÁ, Antônio Lopes de. **Ética profissional**. São Paulo: Editora Atlas, 2010

SCHOMMER, P. C. Investimento social das empresas: cooperação organizacional num espaço compartilhado. In: Encontro da associação nacional dos programas de pós-graduação em administração. Bahia. **ENANPAD**, 2000.

SERVA, Maurício. A Dimensão Sócio-Organizacional do Desenvolvimento Sustentável. **Anais do I EBANGRAD** – Encontro dos Cursos de Graduação em Administração. Salvador, 2009.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; TRISTÃO, Gilberto. **Contabilidade Básica**. São Paulo: ed. Atlas, 2000.

SROUR, Robert Henry. **Ética empresarial**. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2008.

TAMAYO, A. Valores organizacionais: sua relação com satisfação no trabalho, cidadania organizacional e comprometimento afetivo. **RAUSP Management Journal**, v. 33, n. 3, p. 56-63, 1998.

TENÓRIO, F. G. (org.). **Responsabilidade Social Empresarial: teoria e prática**. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanco Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanco Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade das organizações**. São Paulo: ed. Atlas, 2001.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanco Social: Uma abordagem Sócio Econômica da Contabilidade**. Dissertação de Mestrado, Departamento de Contabilidade e Atuária da FEA/USP, 1984.

SILVA DIAS, L. N. da; SIQUEIRA, J. R. M. de; ROSSI, M. Z. G. **Balanco Social: a utilização dos indicadores do Global Reporting Initiative (GRI) em empresas brasileiras**. 2006. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-aps-0303.pdf>. Acesso em: 02 dez. 2019.

VARELA, Patricia Siqueira, COSTA, Raquel da Ressurreição; DOLABELLA, Mauricio Melo. **Balanco Social: demonstrativo da função social da empresa**. Contab. Vista & Ver. Belo Horizonte: v. 10, n. 2, p. 28 — 35, set. 1999.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 13 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

WARTICK, S.L.; COCHRAN, P.L. (1985) **The Evolution of the Corporate Social Performance Model**. *Academy of Management Review*, 10, 758-769.

WEBER, Max. **Ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Pioneira, 1989.

ZARPELON, Márcio Ivanor. **Gestão e Responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.

APÊNDICE**ROTEIRO DA ENTREVISTA****Bloco I – Execução**

01. A empresa tem programas na área de RSC que envolvem colaboradores, fornecedores, clientes, comunidade e Governo?
02. O que motivou a empresa a programar e investir em um programa de RSC?
03. Existem projetos recentes que ainda estão em fase de ajustes e início de implementação?
04. Na sua concepção, o que motivou a empresa a se engajar no movimento da Responsabilidade Social Corporativa?
05. De que forma os objetivos estratégicos da empresa se relacionam com suas práticas de RSC?
06. A empresa utiliza algum indicador para avaliar suas práticas de RSC? Qual?
07. Esses indicadores são analisados em intervalos regulares?
08. O que a instituição oferece aos colaboradores como proposta contínua de melhoria em relação a fatores como: qualidade de vida e segurança no trabalho, plano de desenvolvimento profissional e incentivo à escolaridade?
09. Qual o benefício identificado pela Empresa após a implementação de seu programa de RSC?
10. A Empresa considera a RSC determinante para seu crescimento? Por quê?

Bloco II - Finalidade

01. Existe concordância entre os gestores da empresa quanto à importância das práticas de RSC?
02. Qual o papel da alta gestão na estruturação das ações de RSC?
03. Qual o papel da área de RH da empresa na sistematização das ações de RSC?
04. Como a empresa atesta as ações de RSC oferecidas para a sociedade?
05. Foram necessárias mudanças de ordem tecnológica para a implementação da prática de RSC?
06. A empresa apontou alguma privação econômica para inserção das ações de RSC?
07. A indústria adotou mudanças estruturais para a adaptação da RSC? Se sim, quais?
08. O que mudou após as novas políticas adotadas para promover a RSC na indústria?
09. Caso tenha havido mudanças na estrutura da indústria, em função da RSC, de que modo esses esforços contribuem para o aumento da competitividade no mercado?

10. Existiu/existe resistência com relação às práticas de RSC adotadas? Qual?
11. De que modo a Empresa confronta essas resistências?

Bloco III - Expectativas

01. A empresa apresenta uma percepção positiva do crescimento da indústria na RSC?
02. A alta gestão e a área de recursos humanos monitoram outras indústrias? Como é feito esse procedimento? O que foi visto?
03. De que modo a Empresa usa essas informações decorrente de monitoramentos de outras empresas?
04. Como a Empresa acompanha os resultados de suas ações de RSC no mercado?
05. De que modo a Empresa fiscaliza o impacto das ações de RSC com os seus stakeholders de RSC?
06. Se existe, qual é o setor responsável por essa análise?
07. Na sua concepção quais têm sido os impactos positivos e negativos encontrados?