

ISO 26000, A TENDÊNCIA PARA UM FUTURO SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

Michel Ruas Tajés¹
² Luciane da Silva Gomes

Resumo:

O presente trabalho teve como objetivo principal estudar os principais aspectos e conceitos que envolvem a temática em torno da Responsabilidade social, o Desenvolvimento sustentável e de forma direta a ISO 26000. Sendo assim, o intuito foi demonstrar a tendência que envolve a sociedade junto às organizações por um mundo ambientalmente responsável, mostrando a importância do tema perante a sociedade e o crescente envolvimento das organizações na busca por melhorias na relação com o ambiente em que se inserem. Partindo desse pressuposto, este trabalho visa abordar a nova norma da ISO referente à responsabilidade social: a ISO 26000. E diante da importância deste assunto, além de identificar a tendência de um futuro social e ambientalmente responsável das organizações, pretende-se mostrar o diferencial que este guia pode trazer às empresas que buscam financiamentos de organismos de investimento, além da imagem social. Para tanto, o trabalho discorre sobre a ISO 26000, que se trata de um conjunto de normas que pretende padronizar as ações e orientar a implantação de projetos de Responsabilidade social pelas empresas, indiferente de porte ou tipo. Além disso, o trabalho busca demonstrar a importância dada às políticas de Responsabilidade social nas empresas por órgãos de financiamento como o BNDES.

Palavras chave: ISO 26000, Responsabilidade Social, Sustentabilidade

ISO 26000, the trend for a socially responsible future

Abstract:

The present work had as objective main to study the main aspects and concepts that involve the thematic one around the social Responsibility, the sustainable Development and of direct form ISO 26000. Being thus, intention was to demonstrate the trend that involves the society next to the organizations for an ambiently responsible world, showing to the importance of the subject before the society and the increasing involvement of the organizations in the search for improvements in the relation with the environment where if they insert. Leaving of this estimated, this work aims at to

¹ Administrador de empresas pela Faculdades Atlântico Sul – Anhanguera Educacional - michelruas@hotmail.com

² Orientadora - Administradora de empresas – Professora – Pós-graduada em gestão educacional e Gestão Estratégica de negócios. Consultora empresarial – lusilvapel1@gmail.com

approach the new norm of the referring ISO to the social responsibility: ISO 26000. E ahead of the importance of this subject, beyond identifying the trend of a social and ambiently responsible future of the organizations, is intended to show the differential that this guide can bring to the companies who search financings of investment organisms, beyond the social image. For in such a way, the work it discourses on ISO 26000, that one is about a set of norms that it intends to standardize the actions and to guide the implantation of projects of social Responsibility for the companies, indifferent of transport or type. Moreover, the work searches to demonstrate the importance given to the politics of social Responsibility in the companies for financing agencies as the BNDES.

Words- key: ISO 26000, Social Responsibility, Sustainability

1. INTRODUÇÃO

O Desenvolvimento sustentável e a Responsabilidade social tem se tornado uma referência por parte das organizações e uma cobrança constante da sociedade em que se inserem. Por essa razão, considera-se oportuno abordar essa temática tão atual e instigante que já é uma tendência para a maioria das organizações em todo o mundo.

Segundo Carrol³, (apud Oliveira, 2008, p.71) a definição de Responsabilidade social engloba expectativas econômicas, legais, éticas e filantrópicas que uma sociedade tem das organizações em algum momento.

Porém, não existe uma definição considerada única para este termo, de modo que a Responsabilidade social pode ser analisada por diversos pontos de vista, devendo então levar em consideração vários aspectos formadores de um conjunto de ações que beneficiam não só a organização, mas também os *Stakeholders*⁴.

Por isso a relevância de um tema que tem despertado a atenção e interesse das organizações que seguem essa tendência: a ISO 26000, que se trata de uma conjuntura de normas com todas as características para transformar-se em um dos principais guias para as organizações no que se refere a práticas de gestão social e ambientalmente responsável.

Entretanto, este trabalho tem por objetivo não apenas demonstrar a importância da imagem social para as organizações, mas também identificar como podem beneficiar-se seguindo conjuntos de normas e conjuntos para nortear estas, no que tange a busca de investimentos dos órgãos de financiamento, considerando dentre eles o BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, nas questões referentes à Responsabilidade Social.

Desta forma o estudo divide-se em seu desenvolvimento em conceitos de responsabilidade social, termos emergentes e por fim a análise da ISO 26000, atualmente em estudo para aplicação desta nas organizações.

2. RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Responsabilidade Social e por conseqüência, a Sustentabilidade são um dos temas mais importantes e discutidos nas ultimas décadas, por isso compreender a essência desta questão faz toda a diferença.

Para Savitz (2007, p. 2 á 5) Sustentabilidade, na prática, pode ser encarada como a arte

³ CARROL, A.B. "A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance." *Academy of Management Review*, n.4, p. 497 – 505, 1979.

⁴ *Stakeholders* pode ser traduzido como partes interessadas e consiste em grupos ou indivíduos que tem interesse nas atividades ou decisões de uma organização.

de fazer negócios num mundo interdependente, significando de uma forma geral operar a empresa sem causar danos aos seres vivos e sem destruir o meio ambiente, mas sim restaurando-o e enriquecendo-o.

Desta forma, a Responsabilidade social pode ser compreendida como uma evolução natural dos processos que envolvem as relações entre empresas e sociedade, tendo como objetivo a gestão voltada para o ser humano.

Contudo, conforme Ashley (2006, p.3-6) há um reconhecimento de que ética, cultura e valores morais são inseparáveis de qualquer noção de Responsabilidade empresarial.

Para a autora, parece lícito afirmar que hoje em dia as organizações precisam estar atentas não só à suas responsabilidades econômicas e legais, mas também a responsabilidades éticas, morais e sociais, sendo as responsabilidades éticas correspondentes a valores morais específicos.

Deste modo, são esses valores morais que definem a cultura da organização de forma a determinar os preceitos de ética absorvidos pelos membros da empresa.

2.1 TEMAS CENTRAIS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

De acordo com o Instituto Fonte (2008) para identificar e abordar a natureza de suas responsabilidades em relação à sociedade e o meio ambiente, uma organização deveria considerar os seguintes temas centrais: Governança Organizacional, Direitos humanos, Práticas de trabalho, Meio ambiente, Práticas justas de operação, Questões de consumidores e Desenvolvimento econômico e social da comunidade.

2.2 A PARTICIPAÇÃO DOS STAKEHOLDERS

Segundo Oliveira (2008, p.94),

Stakeholders é a denominação dos grupos de interesse com certa legitimidade que exercem influência junto às empresas, tornando-as responsáveis por os grupos sobre os quais o empreendimento interfere, cabendo responsabilidades que irão afetar o cotidiano e a sociedade destas pessoas.

Desta forma a Responsabilidade social deve ser entendida como um conjunto de princípios que direciona as ações e relações da organização com as pessoas e o meio que está inserida, fazendo parte de uma estratégia de direção de negócios que torna a empresa parceira e também responsável pelo desenvolvimento social das partes interessadas, estes, os chamados *Stakeholders*.

Para Oliveira (2008, p.98) as empresas buscam a interação com os *stakeholders* como uma maneira de tentar sua legitimação perante eles e a sociedade. Sendo o *stakeholder* definitivo e mais importante aquele que tem legitimidade, poder e urgência.

2.3 A GLOBALIZAÇÃO, A REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E SUAS INFLUÊNCIAS NA RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Globalização pode ser entendida como o fenômeno decorrente da Revolução tecnológica que tornou o mundo uma Aldeia global, completamente interligada e interdependente, proporcionando uma interação entre pessoas e mercados de forma que se possam interligar aspectos econômicos, sociais, culturais e políticos. Gera-se assim, uma grande expansão onde se torna possível atingir mercados distantes e emergentes.

Segundo Grayson e Hodges (2003, p.14) a possibilidade de obter, transmitir e processar informações cresceu demais por causa do aumento da capacidade das telecomunicações, da velocidade dos computadores e do desenvolvimento da tecnologia da internet.

Assim, a globalização e novas tecnologias têm desempenho fundamental nas questões de Responsabilidade social, tendo em vista a relação entre os países e as atitudes que possam tomar em relação a estas questões.

2.4 A ISO E O ENVOLVIMENTO COM RESPONSABILIDADE SOCIAL

A organização internacional para padronização (*International Organization for standardization – ISO*), com sede em Genebra, é uma instituição internacional criada em 1947, para desenvolver normas de padronização de procedimentos e de qualidade do produto final em diversos campos técnicos.

Segundo Aligleri e Kruglianskas (2009, p.209) a ISO é caracterizada como uma confederação internacional de órgãos nacionais de normalização e está presente em mais de 150 países desenvolvidos ou em desenvolvimento em todas as regiões do mundo. No Brasil, sua representante é a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

No entanto, a ISO é uma organização não governamental que faz uma ponte entre os setores públicos e privados, permitindo um consenso a ser alcançado através de soluções que atendam às demandas dos negócios e necessidades mais amplas da sociedade.

Seguindo este contexto, este trabalho abordará a ISO 26000, que surge como um guia de orientação às organizações que pretendem tornarem-se socialmente responsáveis, atingindo a tendência da Sustentabilidade.

2.5 ISO 26000, a tendência para um futuro socialmente responsável

Para Aktouf (2004, p. 231) as organizações devem pensar como uma empresa cidadã, exercendo essa cidadania a princípio internamente e também expandindo para o lado externo, o que significa tornar a organização responsável não apenas perante seus acionistas e comitentes, mas também perante o conjunto de fatores que permitem que ela funcione.

O Autor considera anticidadãs as organizações que continuam a enxergar a sociedade como um conjunto de clientes ou de consumidores que servem apenas para serem levados a comprar mais, bem como, do mesmo modo, consideram a natureza como um grande estoque de materiais ilimitados à espera de serem explorados.

Segundo Oliveira (2008, p.73) a maneira como a empresa responde aos *stakeholders* tem um papel importante no direcionamento das ações de Responsabilidade social e cita a ISO 26000 como o conjunto de ações de uma organização para assumir as responsabilidades pelo impacto de suas atividades sobre a sociedade e o meio ambiente, em que essas atitudes sejam consistentes com os interesses da sociedade e com o Desenvolvimento sustentável.

Desta forma, a ISO 26000 pretende auxiliar as empresas nas questões referentes à Responsabilidade social, e por ser exclusivamente voluntária, o objetivo gira em torno da conscientização das organizações de forma a inserir na sua própria cultura, bem como, na sua missão, atitudes em prol da Sustentabilidade.

O primeiro-passo para uma empresa começar a agir nas questões de Responsabilidade social é conscientizar-se que as estratégias começam de dentro para fora, e que ações isoladas não trazem benefícios nem para a empresa, muito menos para a sociedade e servem apenas como atos esporádicos não surtindo efeito nenhum aos interesses da comunidade.

Por isso, para Aligleri e Kruglianskas (2009, p.208) o envolvimento da ISO com questões relacionadas à Sustentabilidade traz força e apoio ao tema devido a sua capacidade de influenciar o mercado.

Assim, de acordo com os autores a ISO 26000 dará um impulso às práticas de Responsabilidade social e promoverá um acordo global quanto à nomenclatura e à conceituação, ajudando a integrar princípios e valores universais às operações das organizações, permitindo estabelecer um vínculo entre o global e o local.

2.5.1 O processo construtivo da ISO 26000

Em 2001, o conselho da ISO sugeriu ao Comitê de Política do Consumidor (COPOLCO) um estudo referente à viabilidade de instituir normas internacionais na área de Responsabilidade social. Após as pesquisas, chegou-se a conclusão de que a ISO estava preparada para liderar o desenvolvimento destas normas.

A partir daí o conselho da ISO criou um grupo consultivo para melhor investigar a questão. Após discussões, relatórios e conferências, o Comitê Técnico de Gestão (TMB – *Technical Management Board*), administrador de desenvolvimento das normas da ISO, idealizou o processo que pudesse ser abrangente a ponto de atender todos os interessados em Responsabilidade social.

Desta forma, criou-se um Grupo de Trabalho (SRWG- *Social Responsibility Working Group*) encarregado de elaborar a norma. Liderados pela *Swedish Standards Institute* (SIS), da Suécia e a ABNT, sendo a primeira vez que um país desenvolvido e outro em desenvolvimento coordenam a elaboração de uma norma da ISO.

O processo de construção da ISO 26000 torna-se bastante desafiador primeiramente por tratar de um processo *multistakeholder*, que envolve diversas partes, como governos, empresas, comunidade, ONGs e outros.

Partindo deste pressuposto, esse processo possui características independentes que a diferencia inclusive da própria ISO, e um dos principais pontos é que a norma não será certificável, bem como não terá caráter de gestão, podendo ser aplicada em organizações de qualquer porte ou tipo.

Segundo Aligleri e Kruglianskas (2009, p.210) o Grupo de Trabalho de Responsabilidade social da ISO escolheu como método de trabalho a divisão em equipes, denominados de grupos-tarefa. A estrutura especial permite que diferentes *stakeholders* participem sem a predominância de um grupo.

Em suma, o processo de trabalho da ISO 26000 integra visões nacionais, institucionais e a dos grupos-tarefa.

2.5.1.1 Linha Histórica do processo construtivo da ISO 26000

2001 – O conselho da ISO pede ao Comitê de política do consumidor (COPOLCO) um estudo referente à viabilidade de criação de normas internacionais de Responsabilidade social. Um ano depois a resposta é positiva, sendo indicado um grupo consultivo estratégico para o desenvolvimento da questão.

2002 – Definem-se os encarregados de estudar em detalhes a viabilidade da norma, estruturando a natureza e seu escopo. Brasil, Estados Unidos e México integram o grupo inicial de oito membros do recém-criado SAG (*Strategic Advisory Group*).

2004 – A SAG apresenta um relatório apontando as questões a serem abordadas pela ISO 26000. Dois meses depois, em Junho, uma conferência realizada em Estocolmo com a participação de 66 países determina que a nova norma deva conter apenas diretrizes e dispensar certificação.

Definem-se Brasil e Suécia como líderes do Grupo de Trabalho de Responsabilidade social, encarregado de elaborar a norma.

2005 – É aprovada a proposta para o desenvolvimento da norma, definindo a participação de países em desenvolvimento, consumidores, trabalhadores, além de outros órgãos como a ONU (Organização das Nações Unidas) e OIT (Organização Internacional do Trabalho).

A ISO e a OIT assinam o MoU (*Memorandum of Understanding*), selando o propósito de cooperação.

A segunda reunião do Grupo de Trabalho ocorre em Bangcoc e define a estrutura de capítulos, instituindo grupos-tarefa permanentes para redigir a primeira minuta.

Neste mesmo ano, em Salvador, é criado o *Chairman's Advisory Group* (CAG), grupo consultivo de apoio à liderança do processo, além de seis grupos-tarefa, sendo três estratégicos e três encarregados de questões de conteúdo.

2006 – Ocorre o terceiro encontro em Lisboa, no qual elabora-se uma lista de tópicos a serem abordados, redigindo um esboço dos primeiros capítulos.

A ISO assina um termo de entendimento (MoU) com o pacto global da ONU.

2007 – O Quarto encontro em Sidney propõe uma nova definição e uma lista de princípios para a responsabilidade social, além disso, é aprovada uma política para a participação da mídia no Grupo de trabalho.

Em Novembro, nove meses depois, acontece o Quinto encontro em Viena, que gera o consenso em torno de questões chave como as definições de *Stakeholder* e cadeia de valor, o que representou um grande avanço na elaboração da norma.

2008 - A Sexta reunião do grupo de trabalho acontece em Santiago, No Chile, passando por uma importante etapa, sendo elevado da categoria de projeto de trabalho para Projeto de Comissão.

Segundo o ecodesenvolvimento.org(2009) este foi um dos maiores encontros já realizados pelo grupo de trabalho contando com a presença de 386 especialistas de 76 países participantes.

2009 – A Sétima reunião sediada em Quebec aconteceu em maio de 2009 e debateu questões complexas como entraves ao comércio, direitos humanos e sociabilidade.

2010 – A próxima reunião do Grupo de trabalho, presidido pelo brasileiro Jorge Cajazeira, será realizada em Copenhague, na Dinamarca, na primeira metade de 2010.

A publicação da ISO 26000 tem previsão para Setembro de 2010.

2.5.2 Países envolvidos com a ISO 26000

Atualmente, segundo o Instituto ETHOS (FERRONI, 2008, p.8), 78 países estão envolvidos na constituição da norma, representados por 392 experts (especialistas com direito a opinar) e 132 observadores (que acompanham as discussões).

Entre os países participantes destacamos o Brasil e a Suíça, líderes do Grupo de Trabalho que desenvolve o projeto, além de Alemanha, Argentina, África do Sul, China, Espanha, Estados Unidos, França, Índia, Israel, Japão e Rússia. Bem como os países observadores formados por: Bolívia, Camarões, Estônia, Guatemala, Hong Kong, Lituânia, Mongólia e Senegal.

Desta forma, com base nos contatos e na disposição de posições ocorridas durante as reuniões internacionais, o processo de elaboração da ISO 26000 conforma um verdadeiro mutirão internacional, apurando visões nacionais e de cada grupo de *stakeholder*.

2.5.3 A participação brasileira no desenvolvimento da ISO 26000

Especificamente 78 países e 41 organizações internacionais estão envolvidos no grupo de trabalho para a construção da ISO 26000, entre eles, segundo o MDS (2009), o Brasil tem uma participação decisiva sendo representado oficialmente pela ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas), a quem cabe constituir um “comitê espelho” nacional, incluindo os mesmos grupos de interesse da sociedade considerados na composição do Grupo de Trabalho internacional da ISO.

Este comitê reúne-se juntamente com a Comissão Especial de Estudos (CEET), criada na ABNT para acompanhamento e preparo da posição brasileira, tendo a seguinte composição: Furnas (representando o setor empresarial em substituição à Natura), Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos – DIEESE (trabalhadores), Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC (consumidores), Instituto Akatu (ONGs), Ministério da Ciência e Tecnologia (Governo), ABNT (serviços, suporte, pesquisa e outros) e Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome – MDS (acompanhamento).

O Brasil possui um lugar de destaque entre os países comprometidos em criar a norma ISO 26000 e participa desde os processos iniciais em 2002 quando formou-se o primeiro núcleo para dar impulso a essa iniciativa.

Em 2004 o Brasil passou a assumir juntamente com a Suécia a liderança do Grupo de Trabalho de Responsabilidade Social, através do conjunto da ABNT e o *Swedish Standards Institute* (SIS) que é o organismo normalizador sueco.

O Instituto Ethos e o UniEthos participam oficialmente da elaboração da ISO 26000 como membros, respectivamente, da rede internacional Fórum Empresa e da *Red Interamericana de Responsabilidad Social Empresarial*, as quais figuram na categoria *D-liaison*, que congrega entidades relevantes no cenário internacional. (Ferroni (Coord.) Contribuição do GT Ethos para a ISO 26000. 2007, p. 13)

Desde 2006, a ABNT juntamente com a Petrobrás, iniciaram um ciclo de Seminários de Normalização em Responsabilidade Social, com objetivo de divulgar a norma sobre Responsabilidade Social já existente no Brasil (ABNT NBR 16001) e o projeto da ISO 26000.

2.5.4 A ISO 26000 e a busca de financiamentos além de imagem social

O fato de as empresas socialmente responsáveis adquirirem certas vantagens competitivas traz como um dos fundamentos a possibilidade de conseguir investimentos de órgãos de financiamento que também sugerem a preocupação com a Sustentabilidade, caso do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) que veremos a seguir.

Desta forma, a empresa que estiver ligada à ISO adquire automaticamente maior credibilidade e afirmação devida justamente a sua capacidade de influenciar o mercado.

Neste aspecto a Responsabilidade social empresarial deixa de ser obrigatória e passa a ser estratégica, tornando-se uma vantagem competitiva e um diferencial no mercado.

2.6 ÓRGÃOS DE FINANCIAMENTO

Os financiamentos consistem basicamente em um investimento usando recursos de terceiros.

Assim, para que uma empresa busque financiamento no intuito de efetivar um determinado investimento faz-se necessário conhecer as fontes de recursos disponíveis para tais empreendimentos, que podem ser bancos comerciais, oficiais, de fomentos ou privados, caixas econômicas, outras instituições financeiras e a possibilidade de captação de recursos no mercado financeiro de outros países que ajudam no desenvolvimento nacional.

2.6.1 O BNDES

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) é um órgão do Governo Federal, considerado principal instrumento de financiamento de longo prazo para a realização de investimentos em todos os segmentos da economia, em uma política que inclui as extensões social, regional e ambiental.

Fundado em 1952, o BNDES destaca-se no apoio à agricultura, indústria, infraestrutura e comércio e serviços, proporcionando condições especiais para micro, pequenas e médias empresas.

Segundo o BNDES(2008) o apoio se dá por meio de financiamentos a projetos de investimentos, aquisição de equipamentos e exportação de bens e serviços. Além disso, o Banco age no fortalecimento da estrutura de capital das empresas privadas e destina financiamentos não reembolsáveis a projetos que contribuam para o desenvolvimento social, cultural e tecnológico.

2.6.1.1 BNDES e Responsabilidade Social

Como este trabalho tem por objetivo não apenas demonstrar a importância da imagem social para as organizações, mas também como podem beneficiar-se no que tange a busca de investimentos dos organismos de financiamento, apreciaremos prioritariamente o BNDES, considerado o principal agente financiador de longo prazo do Brasil que desempenha também o papel de disseminar e influenciar princípios e procedimentos éticos socialmente responsáveis, tanto no meio econômico quanto no setor público.

Segundo o IDIS (2006) o BNDES oferece, desde maio de 2006, uma linha de financiamento para projetos sociais. Este incentivo tem o propósito de estimular o desenvolvimento de iniciativas voltadas à agregação da variável social pelo setor corporativo, e é induzido muitas vezes pelo próprio BNDES, sendo estimulado principalmente como



forma de corrigir eventuais impactos negativos que possam ser decorrentes da implantação dos empreendimentos.

Desta forma reitera-se a importância de um conjunto de normas que possam orientar as organizações nas questões referentes à Responsabilidade social, tanto pela tendência mundial como pela necessidade daquelas que buscam investimentos junto à órgãos de financiamento, tamanha importância do termo Desenvolvimento sustentável nos dias atuais.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A busca por um planeta sustentável tem sido uma grande preocupação da sociedade nas últimas décadas. Esta temática tornou-se tão importante a ponto de conseguir unir vários países em prol de um objetivo: fazer das organizações as grandes protagonistas desta luta, tornando-as parte de um contexto de um mundo mais justo e humanizado.

Os conceitos de Sustentabilidade e Responsabilidade Social defendidos por vários autores e discorridos exaustivamente neste trabalho provam que este tema vem se destacando consideravelmente no meio empresarial. Assim tornou-se praticamente uma unanimidade a importância desse paradigma para a sobrevivência de uma organização num mercado altamente globalizado e competitivo.

Logicamente as organizações tendem a buscar naturalmente um retorno perante as ações de Responsabilidade Socioambiental, visto que a maximização dos lucros ainda é uma das grandes metas das empresas, por isso pretendeu-se analisar a relevância das normas da ISO 26000 para as organizações que buscam financiamentos de organismos de investimento, além da imagem social.

Vimos que as empresas podem adquirir enormes vantagens competitivas perante o mercado, e não somente pelo Marketing positivo que essas ações trazem à sua imagem, mas também nos anseios financeiros que as organizações possam ter na busca de financiamentos, chegando a ser ponto decisivo para órgãos como o BNDES.

Portanto as empresas estão sendo exigidas pela própria sociedade a incorporarem em as estratégias aos objetivos compatíveis com o crescimento econômico e bem-estar da comunidade, cuidando do planeta para que tenhamos gerações futuras saudáveis e mais humanizadas.

3.1 MODELO PARA A PRÁTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Um dos objetivos deste trabalho é sugerir um modelo que auxilie o futuro social e ambientalmente responsável para o sucesso das organizações. Desta forma pretende-se mostrar a importância das pequenas e médias empresas nas questões de Desenvolvimento sustentável.

Segundo Grayson e Hodges (2003, p.193) os temas emergentes de gestão têm repercussão não só nas grandes multinacionais visto que há uma explosão de pequenas empresas, alimentadas pelas mesmas forças de mudança.

Para os autores as pequenas empresas precisam agir diante dos temas emergentes de gestão e das expectativas dos acionistas do mesmo modo que as empresas maiores, mesmo tendo necessidades financeiras e gerenciais diferentes.



Contudo, é indispensável que exista primeiramente a vontade dos gestores em inserir o tema na organização, sendo que é necessário percorrer um bom caminho até que os conceitos de Responsabilidade social estejam engajados na própria cultura da empresa, fortalecendo a idéia de que o desenvolvimento sustentável começa de ações internas para posteriormente torná-las externas.

A seguir, nos quadros 3 e 4, um modelo para auxiliar na organização de idéias que se possa começar a planejar e projetar a Responsabilidade Socioambiental na Empresa, incluindo-a na missão e na cultura organizacional.

Áreas	Responsabilidades	
	Cidadania	Suavização de Danos
LOGÍSTICA	<ul style="list-style-type: none"> • Arrecadação de roupas e alimentos • Doações de produtos para Instituições de caridade • Definição de verba anual para investimento em Ação Social • Apoio a festivais culturais • Contribuição para o horto florestal da cidade • Programa voluntário de doação de material escolar • Reverter parte da renda de algum produto à entidades filantrópicas • Campanhas em datas especiais como Dia da criança e Natal • Doação de mudas e sementes 	<ul style="list-style-type: none"> • Coleta seletiva de lixo • Controle da poluição por veículos próprios • Controle de desperdícios
OPERACIONAL		<ul style="list-style-type: none"> • Controle de qualidade da água, higienização e segurança alimentar • Equipamentos de segurança, calçados e uniformes
COMPRAS		<ul style="list-style-type: none"> • Verificar com fornecedores se atendem à normas de segurança (higiene, qualidade, etc)
RECURSOS HUMANOS		<ul style="list-style-type: none"> • Gerar empregos para moradores próximos • Contratação de menor Aprendiz • Contratação de PPD • Treinamento de colaborador • Possuir canal de comunicação com sindicatos • Possuir política de remuneração e benefícios
MKT E VENDAS		<ul style="list-style-type: none"> • Registrar e resolver reclamações • Uso de embalagens recicláveis ou de menor impacto ambiental • Uniformidade e coerência nas informações transmitidas aos consumidores • Fornecer informações de clientes apenas com auto-realização
ADMINISTRAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Código de ética e trans missão de valores • Respeitar legislação relativa a silêncio, carga e descarga e destinação do lixo. • Possuir normas escritas quanto a proibição do favorecimento de agentes do poder público 	

Quadro 1. Áreas Administrativas e Responsabilidades

Fonte: Aligleri e Kruglianskas(2009) adaptado por Tajés(2009)

Áreas	Estratégias	
	Atividades planejadas	Ações estratégicas
LOGÍSTICA	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de biocombustível nos veículos da empresa • Controle de poluição por veículos de fornecedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Doação de embalagens pós consumo para cooperativas de catadores
COMPRAS	<ul style="list-style-type: none"> • Priorizar fornecedores com boa conduta ambiental • Verificar condições de trabalho de fornecedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar treinamentos à fornecedores estimulando a profissionalização
OPERACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Redução do consumo de energia • Reuso da água • Conscientização de funcionários para o uso de embalagens 	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar treinamentos e cursos à comunidades carentes
RECURSOS HUMANOS	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporar a diversidade como valor organizacional • Adotar critérios sócio-econômicos nas demissões • Garantir que os filhos de Colaboradores frequentem a escola • Ginástica laboral e técnicas de combate ao stress 	<ul style="list-style-type: none"> • Interagir com instituições para ajudar na melhoria de mão-de-obra
MKT E VENDAS	<ul style="list-style-type: none"> • Oferecer canal de atendimento ao cliente • Educação ao cliente para evitar desperdício no consumo de produtos comprados • Informações em braile em produtos de marca Própria 	<ul style="list-style-type: none"> • Interagir com a comunidade para incentivar a cultura regional
ADMINISTRAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Diálogo estruturado no diagnóstico de possíveis Conflitos • Estudos para uso de fonte de energia renovável • Manter contato com a Comunidade 	



Quadro 2. Áreas Administrativas e Estratégias

Fonte: Aligreri e Kruglianskas(2009) adaptado por Tajés(2009)

REFERÊNCIAS

ALIGRERI, Lílian; ALIGRERI, Luiz Antônio; KRUGLIANSKAS, Isak. *Gestão socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade no negócio*. São Paulo: Atlas, 2009

AKTOUF, Omar *Pós-Globalização, administração e racionalidade econômica: A síndrome do Avestruz*. São Paulo: Atlas, 2004.

ASHLEY, Patrícia Almeida. *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2006

BNDES Banco Nacional do desenvolvimento, 2009. *Conceitos, linhas de financiamento, fundo social*. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br> Acesso em 20 out. 2009.

GRAYSON, David. *Compromisso social e Gestão empresarial*. São Paulo: Publifolha, 2003

IDIS. Instituto para o Desenvolvimento do Investimento social, 2006. Linha de financiamento do BNDES, Disponível em: <http://www.idis.org.br/acontece/noticias/bndes-tem-linha-de-financiamento-para-investimento-social/> Acesso em: 16 set. 2009.

INMETRO. Instituto Nacional de metrologia, normalização e qualidade industrial, 2008. Responsabilidade social e ISO 26000. Disponível em: http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp Acesso em: 09 set. 2009.

INMETRO Norma nacional ABNT NBR 16001, 2006. Disponível em: www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/norma-nacional.asp Acesso em: 20 out. 2009.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. *Empresas na sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008

SAVITZ, Andrew W. *A empresa sustentável: O verdadeiro sucesso é lucro com*



responsabilidade social e ambiental. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007