



Encontro Internacional sobre Gestão
Empresarial e Meio Ambiente

ISSN: 2359-1048
Dezembro 2016

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NAS EMPRESAS MAIS SUSTENTÁVEIS

LEONARDO FABRIS LUGOBONI

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO
leo_fabris@hotmail.com

MARCUS VINICIUS MOREIRA ZITTEI

UNIVERSIDADE REGIONAL DE BLUMENAU - FURB
marcuszittei@zittei.com.br

JEFFERSON ARAÚJO EVANGELISTA SANTOS

araujojefferson06@gmail.com

RAI NOGUEIRA DE OLIVEIRA

nogueiranrai5@gmail.com

ANDRE FELIPE DE CARVALHO SANCHEZ

andrefsanchez1@hotmail.com

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NAS EMPRESAS MAIS SUSTENTÁVEIS

RESUMO

As empresas em seus relatórios anuais apresentam suas ações sociais, juntamente com os desempenhos apurados. Esta pesquisa propôs descrever e comparar as ações da RSC (Responsabilidade Social Corporativa) nas organizações que participam do *ranking* das empresas mais sustentáveis segundo a revista Exame de 2015, onde foram verificados os relatórios anuais de GRI's (*Global Reporting Initiative*) de 20 empresas, de diversos setores econômicos. Utilizado *chek-list* de Ações de RSC presentes na literatura. Responsabilidade Social Corporativa está associado à práticas, ações e políticas, de natureza voluntária, que proporcionam avanços sociais. Por meio das análises realizadas, concluiu-se que as empresas evidenciaram ações voltadas tanto ao seu público interno quanto ao seu público externo, como: Apoio a Projetos Sociais e ao Respeito dos Direitos Humanos. Ações de Meio Ambiente e Educação também alcançaram alta evidência, mas Redução de violência apresentou baixa evidência nesta análise. Este trabalho contribui para uma melhor gestão empresarial, auxiliando na análise e aperfeiçoamento das ações de RSC nas empresas, trazendo um diferencial no mercado em que atuam.

Palavras-chave: RSC; empresas mais sustentáveis; ações de Meio ambiente; educação.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN COMPANIES MORE SUSTAINABLE

ABSTRACT

Companies in their annual reports present their social activities, along with the established performance. This research aimed to describe and compare the CSR shares (Corporate Social Responsibility) in organizations that participate in the ranking of the most sustainable companies according to the magazine Exame 2015, where it was verified the annual reports of GRI's (Global Reporting Initiative) of 20 companies, various economic sectors. Used *chek-list* of CSR actions in the literature. Corporate Social Responsibility is associated with practices, actions and policies of voluntary nature, which provide social advances. Through the conducted analysis, concluded that the companies have shown actions both its internal public as to its external audiences, such as: Support for Social Projects and the Respect of Human Rights. Actions of Environment and Education have also achieved high disclosure, but reduction of violence had a low disclosure in this analysis. This work contributes to better business management, assisting in the analysis and improvement of CSR actions on business, bringing a gap in the market in which they operate.

Key words: CSR; most sustainable companies; environmental actions; education.

1. INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) vem sendo estudada desde o fim da Segunda Guerra Mundial (OLIVEIRA; OLIVEIRA; PINTO, 2008). Ela foi criada para parar as atividades das grandes multinacionais cujas atividades produtivas estavam submetidas a grandes processos de movimentação e subcontratação (XAVIER, 2010).

Segundo Galego-Alvaréz, Formigoni e Antunes (2014), ainda existem muitas teorias sendo desenvolvidas por diferentes autores em nível internacional sobre a responsabilidade social corporativa das empresas. Na percepção de Kraemer (2005), a RSC é vista como um grupo amplo de políticas, práticas e programas integrados às operações do negócio, e processos de tomada de decisão que são apoiados e recompensados pelos dirigentes da organização.

De acordo com Galego-Alvaréz, Formigoni e Antunes (2014), as práticas da Responsabilidade Social Corporativa têm crescido nos últimos anos em empresas de todo o mundo, e está sendo usada para ganhar vantagem competitiva e estabelecer relações duradouras com os seus *stakeholders* (FONSECA; ROCHA; SPERS, 2014).

A Responsabilidade Social Corporativa depende dos valores éticos e do ambiente socioeconômico, legal e institucional do país no qual a organização opera (ABREU; MEIRELES; CUNHA, 2015). Ela se apresenta como uma política estratégica para o aumento do desempenho da empresa, conferindo-lhe crédito e confiança e possibilitando-lhe o reconhecimento público de empresa-cidadã (OLIVEIRA et al, 2007).

Conforme Kraemer (2005), a RSC é uma maneira de se conduzir com ética os negócios da empresa, desde que esta seja responsável pelo desenvolvimento social, assim, assumindo voluntariamente um comprometimento da empresa, para a contribuição de uma sociedade melhor e um ambiente mais limpo (KRAEMER, 2005; XAVIER, 2010).

Contudo ela deve ser adequada para atender as necessidades dos diferentes grupos de interesses, desde um comportamento eficiente e apropriado na tríplice dimensão: econômica, social e ambiental da empresa (KRAEMER, 2005).

Este estudo se propõe a descrever e comparar as ações da responsabilidade social corporativa nas organizações que participam do Índice de Sustentabilidade da revista Exame de 2015.

Esta pesquisa é importante, pois de acordo com Milani Filho (2008), as empresas estão aumentando o nível de evidenciação da RSC nos relatórios anuais e nas páginas eletrônicas das empresas do Brasil.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Responsabilidade Social Corporativa

No século XX notam-se algumas manifestações relativas ao mundo anglo-saxônico (XAVIER, 2010; HIB STEFANIE, 2007). Nessa época, como diz Fonseca, Rocha e Spers (2014), foi marcado autores que propunham a utilização dela como base para elaboração do que seria chamado de desempenho social corporativo.

Em 1992, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento no Rio de Janeiro, abordou a necessidade de um desenvolvimento sustentável a nível mundial, abordando uma ampla gama de necessidades sociais e ambientais (ENGLE, 2007). Assim, no meio empresarial brasileiro, a discussão sobre o papel social das empresas vem ganhando espaço crescente, embora as motivações para o exercício da responsabilidade social sejam de diferentes naturezas (COUTINHO; SOARES, 2002).

Nesse contexto, o conceito da responsabilidade social corporativa foi sendo construído em contextos históricos distintos (RASERA et. al., 2012).

Com base no estudo de Xavier (2010), em um primeiro momento nos conceitos a RSC, foi dada ênfase ao cumprimento das obrigações legais como paradigma para conseguir o progresso e a satisfação de todos os interesses. Mas Coutinho e Soares (2002) contradizem que segundo no que se referem à dimensão ética, as empresas deveriam perseguir um comportamento considerado íntegro, certo e justo pela sociedade, além do que é exigido por lei.

Ainda mais, Bueno e Seo (2011), dizem que a RSC pode ser associada às decisões de negócios tomadas com base em valores éticos, que além dos impositivos legais, incorporam também comportamentos desejáveis como o respeito pelas pessoas, comunidades e meio ambiente.

De acordo com Kreitlon (2004), o surgimento da ética empresarial como campo de estudos está intimamente ligado à evolução do sistema econômico, assim como às mudanças por que passaram as sociedades industriais no último século. E também a RSC é fundada na percepção de que as empresas estão em relação com outros interesses em, por exemplo, os sistemas econômicos, culturais, ambientais e sociais porque as atividades de negócios afetam - e são afetados por - tais interesses na sociedade (DOBERS; HALME, 2009).

Mediante ao estudo de Chatterji e Rath (2011), a RSC é um argumento de auto interesse econômico para um negócio. Do mesmo modo os governos veem nela uma oportunidade de maximizar os benefícios decorrentes da atividade econômica, reduzindo os impactos ambientais e sociais causados por ela (KREITLON, 2004).

Ela pode ser um elemento integrante dos negócios de uma organização e de nível corporativo estratégias de diferenciação. Por conseguinte, deve ser considerada como uma forma de investimento estratégico (DOBERS; HALME, 2009). Tanto que um ótimo investimento em RSC, como se refere Chatterji e Rath (2011), é determinado através de uma análise custo / benefício padrão.

Uma linha de pensamento teórico, como cita Freguete, Nossa e Funchal (2015), defende que a preocupação com RSC significa um desvio do objetivo principal do administrador, qual seja o de maximizar o lucro para o *shareholder*.

Conforme Serpa e Forneau (2007), a visão socioeconômica defende o papel da organização na promoção do bem-estar social, com objetivos mais amplos do que a obtenção de lucros corporativos e geração de empregos, sem, contudo ignorá-los. Tanto que Coutinho e Soares (2002), concluem que a responsabilidade social requer algo além do atendimento a leis e padrões éticos de conduta, ela requer participação efetiva e transformadora nas questões da sociedade.

A RSC, por definição, está preocupada com as responsabilidades das empresas em relação a outros agentes da sociedade (DOBERS; HALME, 2009). Do mesmo modo Izquierdo e Patier (2008) asseguram que ela deve basear-se nos três elementos que moldam a mesma, ou seja, as próprias empresas, a sociedade em que se encontram submersa e os *stakeholders*.

Segundo Serpa e Fourneau (2007), a busca por uma atitude de RSC fez surgir um campo de estudo amplo, partindo do interesse de entender como a percepção dos consumidores a respeito das empresas e de suas ofertas é formada e influenciada.

Coutinho e Soares (2002) relataram que ao mesmo tempo em que os consumidores se tornam mais conscientes, as informações correm mais rapidamente no mercado, podendo manchar a reputação de uma empresa em questão de segundos.

Sabendo disso, a prática de ações de RSC focada no seu público interno, segundo Bueno e Seo (2011) se consagram como uma nova forma de gestão para a saúde e segurança do trabalho. Bem como, favorecem a legitimação dos *stakeholders* oferecendo uma imagem positiva da empresa e melhorando sua reputação (FREGUETE; NOSSA; FUNCHAL, 2015).

Portanto, como cita Bueno e Seo (2011), ela entendida e exercida passa a ser sustentável e a agregar valor quando alinhada à estratégia empresarial, refletindo os valores da empresa e permeando sua missão, objetivos estratégicos, modelos de gestão, critérios e procedimentos de tomada de decisões, que permitirá uma maior sobrevivência da empresa no futuro. E também, permitirá qualificar a atividade como sustentável tanto do ponto de vista global quanto do ponto de vista particular (XAVIER, 2010).

2.2.Sustentabilidade

Embora o conceito de sustentabilidade tenha sido levantado à primeira vez em 1983, ou seja, há quase trinta anos, a preocupação com o assunto é ainda crescente. (LUGOBONI et. al., 2014).

Sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável popularizou-se mundialmente a partir de 1987, quando foi utilizado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas em seu relatório "Nosso Futuro Comum", também conhecido como Relatório Brundtland (CLARO; CLARO; AMÂNCIO, 2008).

Cientificamente, pode-se afirmar que o termo sustentabilidade se originou nas áreas de Biologia e Ecologia, onde seu significado estava fundamentalmente ligado a uma integração e manutenção equilibrada das relações entre seres humanos e natureza (TURANO; CHERMAN; FRANCA, 2014). De acordo com Silva, Agostini e Langoski (2015), a sustentabilidade é uma tendência que está surgindo no mundo corporativo e representa uma esperança para o desenvolvimento de uma nova mentalidade na atividade empresarial, que atualmente é encarada como uma estratégia empresarial que gera valor a partir da busca de melhores resultados sociais e ambientais.

O conceito de sustentabilidade está cada vez mais presente quando se pensa no desenvolvimento econômico e social, ainda que o termo tenha muitas vezes a preponderância do foco em ações voltadas à preservação dos recursos naturais e das condições do meio ambiente (AMORIM; FISCHER; COMINI, 2015). E também, pode ser entendida de modo convencional, isto é, como capacidade de obter recursos para remunerar os fatores de produção, repor os ativos usados e investir para continuar competindo (BARBIERI et. al., 2010).

Desenvolver sustentavelmente quer dizer promover o desenvolvimento econômico simultaneamente à preservação do meio ambiente, ou melhor, satisfazer as necessidades das sociedades presentes sem comprometer a capacidade das sociedades futuras em satisfazer suas próprias necessidades (VELLANI; RIBEIRO, 2009).

Em relação ao tripé proposto para o desenvolvimento sustentável, o aspecto ambiental, juntamente com o social, tem sido encarado como um desafio, visto que os objetivos econômicos normalmente prevalecem (MARTINS et. al., 2010). De acordo com Alievi e Antinarelli (2015), o principal objetivo do desenvolvimento sustentável é satisfazer as necessidades e as aspirações humanas.

Conforme Barbieri et. al. (2010), a inclusão das dimensões sociais e ambientais requer novos instrumentos e modelos de gestão.

Assim, em função do paradoxo que circunda as organizações contemporâneas (desenvolvimento econômico versus escassez dos ecossistemas), tornou-se importante as empresas considerarem também, em suas estratégias empresariais, as premissas do desenvolvimento sustentável (ALIEVI; ANTINARELLI, 2015).

Além disso, a mudança com o conceito de sustentabilidade influencia diretamente o comportamento das empresas, pois, em todo o mundo, elas estão se deparando com problemas não somente econômicos, mas também sociais e ambientais (CLARO; CLARO; AMÂNCIO, 2008).

No entanto, o investimento das organizações em sustentabilidade é, além de um comportamento ético e altruísta, uma maneira de contribuir e beneficiar seus stakeholders, o que justifica a importância da implementação de políticas para sua gestão de relacionamento que sejam coerentes com suas estratégias de sustentabilidade (AMORIM; FISCHER; COMINI, 2015).

As micro e pequenas empresas, pelo fato de terem um bom relacionamento com o consumidor, têm a oportunidade de adotar as práticas sustentáveis como diferencial competitivo (BARBOZA; LEISMANN; JOHAN, 2015). No Brasil, o critério mais usual para definição do porte das empresas, segundo o SEBRAE (2005), está relacionado ao número de seus empregados, que segundo eles a pequena empresa, é classificada aquela que possui na indústria, de 20 a 99 pessoas ocupadas e no comércio e serviços, de 10 a 49 pessoas ocupadas (SANTOS; SILVA, 2010).

De acordo com um estudo realizado por Domenico et. al.(2015) as empresas pesquisadas revelaram informações sobre os impactos ambientais e práticas para evitá-los, como a gestão de emissão de gases poluentes na atmosfera, a destinação dos resíduos sólidos e líquidos gerados nos processos produtivos e os cuidados para o cumprimento da legislação ambiental.

O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) tem o propósito de ser um benchmark de empresas que se destacam em promover boas práticas sustentáveis e possuem comprometimento com Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e sustentabilidade empresarial (TEIXEIRA; NOSSA; FUNCHAL, 2011).

Contudo, uma empresa sustentável é aquela que contribui para o desenvolvimento sustentável gerando benefícios econômicos, sociais e ambientais, fatores esses, denominados pilares do desenvolvimento sustentável. (BARBOZA; LEISMANN e JOHAN, 2015). Esse posicionamento, como cita Zambon et. al. (2015) se mal executado, representa a origem de muitos problemas vivenciados na atualidade, quando agentes expandem indiscriminadamente sua ação, ferindo os princípios de utilização de bens públicos (não exclusivos), como mananciais, florestas e reservas marinhas.

Tal como o modelo de organização inovadora sustentável é uma resposta às pressões institucionais por uma organização que seja capaz de inovar com eficiência em termos econômicos, mas com responsabilidade social e ambiental. (BARBIERI et. al., 2010). Entretanto, empresas que consigam se manter lucrativas, mas sem agredir o equilíbrio da sociedade e sem comprometer a sustentabilidade ecológica dos sistemas vivos. (VELLANI; RIBEIRO, 2009)

Diante disso, os critérios para avaliação de eficiência e sucesso das organizações, contudo, passam a considerar não apenas aspectos de natureza econômica, mas também de natureza social, cultural e ambiental (SANTOS; SILVA, 2010).

2.3. Estudos Correlatos

Conforme o trabalho de Carvalho e Medeiros (2013). Este artigo apresenta pesquisa que buscou entender a disseminação da responsabilidade social corporativa (RSC). O estudo interpretativo, que focou casos de quatorze corporações de sete setores da economia, identificou a predominância de elementos de racionalidade instrumental em suas ações de RSC. As conclusões do estudo contribuem para um refinamento desse conceito e criam um modelo de análise que pode ser utilizado para avaliar discursos sobre RSC em outros tipos de empresa e contextos.

Serpa e Forneau (2007) com o objetivo de ampliar o nível de conhecimento das reações do consumidor brasileiro à postura de responsabilidade social das empresas entrevistaram cinco homens e cinco mulheres, de 30 a 38 anos, os quais possuíam nível superior completo. Portanto, através das entrevistas realizadas, eles chegaram à conclusão de

que as principais ações de RSC citados pelos entrevistadores foram à educação, saúde, meio ambiente e a relação com os funcionários, assim dando maior concentração aos clientes, funcionários e a comunidade em geral e que a conscientização dos direitos do consumidor é conquista relativamente recente no Brasil, fazendo com que a empresa que atenda aos direitos básicos dos clientes já seja considerada como socialmente responsável.

3. METODOLOGIA

A pesquisa realizada classifica-se como descritiva, pois pretende descrever e comparar as ações de responsabilidade social corporativa nas organizações que participam do *Ranking* das empresas mais sustentáveis do site da Revista Exame - 2015. Segundo GIL (2002) as pesquisas descritivas avaliam com precisão as características de populações ou fenômenos utilizando instrumentos padronizados de coletas de dados, tais como questionários e formulários.

Os procedimentos utilizados para a realização da pesquisa a caracteriza como documental, pois foram analisados os relatórios GRI das empresas a serem pesquisadas. A pesquisa documental é aquela que possui fontes muito diversificadas e vale-se de materiais que ainda não recebem um tratamento analítico ou que podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa (GIL, 2002).

O quadro 1 apresenta a lista das 20 empresas classificadas como mais sustentáveis de acordo com a Revista Exame – 2015.

Quadro 1 - Empresas mais sustentáveis

EMPRESA	SETOR
Biogen Idec	Biotecnologia
Allergan	Farmacêutica
Adidas	Têxtil, vestuário e artigos de luxo
Keppel Land	Gestão Imobiliária e Incorporação
Kesko	Alimento e Varejo
Bayerische Motoren Werke (BMW)	Automotiva
Reckitt Benckiser Group	Produtos domésticos
Centrica	Multi Utilidades
Schneider Electric	Equipamentos elétricos
Danske Bank	Bancos
Tim Hortons	Hotéis e Lazer
Outotec	Construção e Engenharia
Novo Nordisk	Farmacêutica
L'Oreal	Produtos de uso pessoal
BT Group	Telecomunicação
Marks & Spencer Group	Varejo
Dassault Systemes	Software
Johnson & Johnson	Farmacêutica
Enagas	Gás
Storebrand	Seguros

Fonte: elaborada pelos autores.

Foram analisados os relatórios das empresas, as quais todas as empresas tinham em seus sites oficiais os últimos relatórios de GRI publicados.

As pesquisas foram feitas com base nas variáveis citadas por alguns autores em estudos anteriores, cujos autores verificaram ações de RSC adotadas pelas empresas, conforme mostra o quadro a seguir.

Quadro 2 – Ações de RSC

AÇÕES	Fischer (2005)	Oliveira et. al. (2006)	Pessoa; Benevides e Nascimento (2006)	Garay (2006)	Tachizawa e Pozo (2007)	Bertoncello e Chang Júnior (2007)	Daher et. al. (2007)	Rasera et. al. (2008)	Oliveira; Oliveira e Pinto (2008)	Carriari; Silva e Pimentel (2009)	Bueno e Seo (2011)	Freitas e Araújo (2010)	Macêdo et. al. (2011)	Souza e Souza (2012)	Hamza e Dalmarco (2012)	Carvalho e Medeiros (2013)	Galego-Álvarez; Formigoni e Antunes (2014)	Drouvot; Drouvot e Gomes (2014)	Camillo et. al. (2015)	Domenico et. al. (2015)	
	Educação	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Meio Ambiente	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Inclusão Social						X		X			X	X		X			X	X	X		
Doações diversas	X	X	X				X					X		X	X			X			
Saúde e Segurança do Público Interno	X	X		X	X	X	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X	X		X
Apoio a Projetos Sociais	X	X	X		X		X	X		X	X	X	X	X	X		X		X	X	
Cultura			X	X				X			X		X		X	X					
Esporte			X	X				X					X			X					
Redução de Desemprego				X					X												
Redução de Violência				X																	
Apoio a Crianças e Adolescentes			X	X																X	
Apoio à terceira Idade				X																	
Respeito dos Direitos Humanos									X			X									

Fonte: elaborada pelos autores.

Avalia-se as empresas a partir de relatórios GRI contidos em seu site, com isso as informações obtidas após a leitura dos relatórios foram organizadas em quadros e, conforme as variáveis apresentadas atribuiu-se o seguinte critério: se a empresa possuía a variável, seria classificada com o número 1 e quando não possuía seria o número 0. Feita a análise identifica quais as variáveis que mais se evidenciaram/menos se evidenciaram e as empresas que mais se destacaram/menos se destacaram.

4. ANÁLISE DE DADOS

Após a análise feita nos relatórios GRI's publicado pelas empresas, tabulasse os dados a fim de verificar a evidenciação das práticas de RSC nas empresas. A Tabela 1, por meio de médias, representa um percentual a cada prática estabelecida em relação às empresas.

Tabela 1 - Práticas de RSC em relação às empresas.

	BT Group (2014)	Enagas (2014)	Dranske Bank (2015)	Marks e Spencer Group (2015)	Adidas (2014)	Johnson & Johnson (2014)	Tim Hortons (2014)	Biogen Idec (2014)	BMW (2014)	L'Oreal (2014)	Novo Nordisk (2014)	Keppel Land (2014)	Reckitt Benckeser Group (2014)	Allergan (2013)	Kesko (2013)	Outotec (2013)	Dassault Systemes (2014)	Storebrand (2014)	Centrica (2014)	Schneider Electric (2014)	
Saúde e Segurança do Público Interno	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100 %
Apoio a Projetos Sociais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100 %
Respeito dos Direitos Humanos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100 %
Meio Ambiente	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	95 %
Educação	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	85 %
Inclusão Social	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	85 %
Doações diversas	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	75 %
Apoio a Crianças e Adolescentes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	70 %
Cultura	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	50 %
Redução de Desemprego	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	30 %
Apoio à terceira Idade	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30 %
Esporte	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	25 %
Redução de Violência	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	25 %

Fonte: elaborada pelos autores.

Examinando a Tabela 1 pode se observar que as práticas que mais se evidenciaram foram as práticas de “Saúde e Segurança do Público Interno”, “Apoio a Projetos Sociais” e “Respeito dos Direitos Humanos” com 100 % de evidenciação nas empresas, seguidas por “Meio Ambiente” com 95%.

Assim como Bueno e Seo (2011) que obtiveram resultados parecidos, pois verificaram que apesar da maioria das empresas se importarem e privilegiarem ações com o público externo foi possível verificar diversos programas e projetos desenvolvidos pela empresa analisada em prol do público interno, consagrando-o como uma nova forma de gestão para a saúde e segurança do trabalho. Serpa e Forneau (2007), concluíram que os principais aspectos de RSC citados foram à educação, saúde, meio ambiente e a relação com os funcionários, e também alcançaram resultados coincidentes.

Dentre as variáveis que menos evidenciaram, considerasse as práticas de “Apoio à terceira Idade” com 30%, “Esporte” e “Redução de Violência” com 25% de evidenciação, sendo elas as praticas de RSC menos utilizadas nas empresas avaliadas. Comparando os a análise de Izquierdo e Patier (2008) analisa que os resultados obtidos, não possuem os mesmos dados dessa pesquisa, pois eles asseguram que a RSC deve basear-se nos três

elementos que moldam a mesma, ou seja, as próprias empresas, a sociedade onde se encontram submersa e os *stakeholders*.

Através das análises realizadas por Carvalho e Medeiros (2013), conclui-se que a grande parte de ações de RSC está na educação (ligada à educação dos empregados), ao ambiente (aparecendo em maior quantidade nas análises) e a cultura. Já na análise dessa pesquisa as variáveis citadas por Carvalho e Medeiros não estão evidenciadas.

Na Tabela 2 demonstra, através de médias, as empresas mais evidenciadas até as que menos se evidenciaram de acordo com a análise realizada.

Tabela 2 - Práticas de RSC adotadas pelas empresas.

	Educação	Meio Ambiente	Inclusão Social	Doações diversas	Saúde e Segurança do Público Interno	Apoio a Projetos Sociais	Cultura	Esporte	Redução de Demplo	Redução de Violência	Apoio a Crianças e Adolescentes	Apoio à terceira Idade	Respeito dos Direitos Humanos	
BT Group (2014)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	92%
Enagas (2014)	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	85%
Dranske Bank (2015)	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	77%
Marks e Spencer Group (2015)	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	77%
Adidas (2014)	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	77%
Johnson & Johnson (2014)	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	77%
Tim Hortons (2014)	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	77%
Biogen Idec (2014)	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	69%
BMW (2014)	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	69%
L'Oreal (2014)	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	69%
Novo Nordisk (2014)	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	69%
Keppel Land (2014)	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	62%
Reckitt Benckeser Group (2014)	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	62%
Allergan (2013)	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	62%
Kesko (2013)	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	62%
Outotec (2013)	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	62%
Dassault Systemes (2014)	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	54%
Storebrand (2014)	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	54%
Centrica (2014)	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	46%
Schneider Eletric (2014)	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	38%

Fonte: elaborada pelos autores.

Conforme a Tabela 2, verifica que as empresas que evidenciaram foram a “BT Group” com 92 % de evidenciação e a “Engas” com 85% de evidenciação das às práticas de RSC avaliadas. As empresas “Dranske Bank” e “Marks e Spencer Group” também tiveram destaque, ambas com 77% de evidenciação das ações de RSC.

Porém empresas como “Storebrand”, “Centrica” e “Schneider Eletric”, mesmo consideradas sustentáveis, não apresentaram grande participação das praticas de RSC nesta

pesquisa. Santos e Silva (2010) falam que os critérios para avaliação de eficiência e sucesso das organizações, não consideram apenas aspectos de natureza econômica, mas também de natureza social, cultural e ambiental, isso vai de encontro com a nossa pesquisa, pois as empresas possuem aspectos ambientais e sociais.

5. CONCLUSÃO

A responsabilidade social corporativa está preocupada com as responsabilidades das empresas em relação aos *stakeholders*, a sociedade em que ela se encontra e a própria empresa, ou seja, responsabilidades e ações com o público interno e externo.

Com o objetivo de descrever e comparar as ações de RSC nas organizações que participam do *ranking* das empresas mais sustentáveis segundo a Exame-2015, verifica que, de modo geral todas as empresas analisadas preocupam-se com Saúde e Segurança do Público Interno, Apoio a Projetos Sociais e ao Respeito dos Direitos Humanos, cujas ações estão ligadas tanto ao público interno quanto ao público externo.

Vale destacar evidenciação em relação às ações de Educação e Meio ambiente em grande parte das empresas analisadas. Porém a ação de Redução de violência foi pouco evidenciada, considerando o número de empresas analisadas.

Esta pesquisa contribui para que os gestores possam analisar e verificar as oportunidades para o sucesso com o diferencial de suas organizações em relação às empresas pesquisadas. Conforme Milani Filho (2001) as empresas estão aumentando o nível de evidenciação da RSC nos relatórios anuais.

Por conta da análise compor-se de uma pequena amostra do total de empresas do *ranking* da revista Exame-2015, os resultados não podem ser considerados referencia para todas as empresas do *ranking*.

Portanto sugere-se que em pesquisas futuras, estendam esta pesquisa às demais empresas do *ranking*, verificando por meio de entrevistas com os funcionários e os gestores, se os resultados obtidos em seus relatórios anuais realmente são praticados em relação aos funcionários, sociedade e outros grupos que estão ligados a ela.

Sugere-se também que pesquisas investiguem as ações das empresas por meio de estudos qualitativos e busquem evidências de como essas atividades estão sendo executadas, seus procedimentos, engajamentos das equipes assim como a estrutura de controle destas atividades.

REFERÊNCIAS

ABREU, M. C. S.; MEIRELES, F. R. S.; CUNHA, L. T. Diferentes percepções sobre a responsabilidade social corporativa em empresas líderes do Brasil e da Índia. **Internext**, São Paulo, v.10, n.1, p. 18-29, 2015.

ACCOUNTABILITY. 2015. Disponível em: <<http://www.accountability.org/standards/>>. Acesso em: 08 set. 2015.

AGUDO-VALIENTE, J. M.; GARCÉS-AYERBE, C.; SALVADOR-FIGUERAS, M. Corporate Social Performance and Stakeholder Dialogue Management. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 22, n. 1, p. 13-31, 2015.

ALIEVI, R. M.; ANTINARELLI, A. Construindo a gestão estratégica sustentável: um estudo sobre a empresa Mercur SA. **Revista de Administração da UFSM**, v. 8, edição especial, p. 69-83, 2015.

AMORIM, W. A. C. et. al. Capital humano e sustentabilidade: uma proposta de abordagem multidisciplinar. **Gestão & Regionalidade**, v. 31, n. 92, p. 151-163, 2015.

- BARBIERI, J. C. et. al. Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 50, n. 2, p. 146-154, 2010.
- BARBOZA, J. V. S.; LEISMANN, E. L.; JOHANN, J. A. Sustentabilidade na visão de gestores de micro e pequenas empresas da região oeste do Paraná. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 9, n. 2, p. 17-29, 2015.
- BERTONCELLO, S. L. T.; CHANG JR, J. A importância da responsabilidade social corporativa como fator de diferenciação. **FACOM - Revista da Faculdade de Comunicação da FAAP**, v. 7, n. 17, p. 70-76, 2007.
- BRAGATO, I. R. et al. Produção de açúcar e álcool vs. responsabilidade social corporativa: as ações desenvolvidas pelas usinas de cana-de-açúcar frente às externalidades negativas. **Gestão e Produção**, v. 15, n. 1, p. 89-100, 2008.
- BUENO, P. G.; SEO, E. S. M. Responsabilidade Social Corporativa e sua Relação com o Público Interno. **INTERFACEHS - Revista de Saúde, Meio Ambiente e Sustentabilidade**, v. 4, n. 3, p. 86-105, 2011.
- CAMPOS, S. A. P. et. al. Práticas de Responsabilidade Social Corporativa e Gestão de Pessoas no contexto brasileiro: uma análise das empresas modelo em sustentabilidade e melhores para se trabalhar. **Revista de Administração da UFSM**, v. 8, n. 2, p. 184-201, 2015.
- CAMILLO, R. et. al. Responsabilidade social em uma empresa distribuidora de energia elétrica. **Revista de Administração da UFSM**, v. 8, edição especial, p. 119-132, 2015.
- CARRIERI, A. P; SILVA, A. R. L.; PIMENTEL, T. D. O tema da proteção ambiental incorporado nos discursos da responsabilidade social corporativa. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 1, p. 1-16, 2009.
- CARVALHO, O.; MEDEIROS, J. Racionalidades Subjacentes às Ações de Responsabilidade Social Corporativa. **Revista Organizações & Sociedade**, v. 20, n. 64, p. 17-36, 2013.
- CHATTERJI, M.; RATH, J. Optimizing the benefits of corporate social responsibility in small and medium scale enterprises: an Indian study. **International Journal of Arts & Sciences**, (12), p. 301-322, 2011.
- CLARO, P. B. O; CLARO, D. P; AMÂNCIO, R. Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 43, n. 4, p. 289-300, 2008.
- COUTINHO, R. B. G. et. al. Gestão estratégica com responsabilidade social: arcabouço analítico para auxiliar sua implementação em empresas no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, São Paulo, v. 6, n. 3, p. 75-96, 2002.
- DAHER, W. M. et. al. Responsabilidade social corporativa segundo o modelo de Hopkins: um estudo nas empresas do setor energético do nordeste brasileiro. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 1, n. 1, p. 31-46, 2007.
- DOBERS, P.; HALME, M. Editorial Corporate Social Responsibility and Developing Countries. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 16, n. 5, p. 237-249, 2009.
- DOMENICO, D. et. al. Práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas de capital aberto de Santa Catarina listadas na BM&FBOVESPA. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v. 14, n. 42, p. 70-84, 2015.

- DROUVOT, H.; DROUVOT, C. M.; GOMES, S. C. Análise das Práticas em Responsabilidade Socioambiental de 40 Empresas Cotadas Pelo Índice Ibovespa a Partir dos Websites e dos Relatórios de Sustentabilidade. **Editora Unijuí**, v. 12, n. 27, p. 298-332, 2014.
- ENGLE, R. L. Corporate social responsibility in host countries: a perspective from American managers. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, Quinnipiac University, v. 14, n. 1, p. 16-27, 2007.
- FIÓRIO, S. L, et. al. A Responsabilidade Social Corporativa nos Informes Empresariais do Setor de Telecomunicações: uma análise exploratória e documental. **Revista UnB Contábil**, Brasília, v. 11, n. 1-2, p.279-295, 2008.
- FISCHER, R. M. Estado, Mercado e Terceiro Setor: uma análise conceitual das parcerias intersetoriais. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 40, n. 1, p. 5-18, 2005.
- FONSECA, M. R; ROCHA, T. V; SPERS, E. E. A Influência da Responsabilidade Social Corporativa na Imagem de Marca: Um Estudo em Empresas Brasileiras do Setor de Cosméticos. **Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 13, n. 6, p. 34-46, 2014.
- FREGUETE, L. M; NOSSA, V.; FUNCHAL, B. Responsabilidade Social Corporativa e Desempenho Financeiro das Empresas Brasileiras na Crise de 2008. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, p. 232-248, 2015.
- FREITAS, E. C; ARAUJO, M. P. Universidades e empresas: agentes de inovação e conhecimento para práticas da responsabilidade social. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Rio Grande do Sul, v. 6, n. 1, p. 73-96, 2010
- GALEGO-ÁLVAREZ, I.; FORMIGONI, H.; ANTUNES, M. T. P. Corporate social responsibility practices at brazilian firms. **Revista de Administração de Empresas**, v. 54, n. 1, p. 12-27, 2014.
- GARAY, A. B. S. A responsabilidade social corporativa (RSC) como elemento de atração de talentos: percepção dos alunos destaques do curso de Administração. **READ: Revista Eletrônica de Administração**. Porto Alegre, edição 51, vol. 12, n. 3, 2006.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. ed. 4. São Paulo: **Atlas**, 2002. p. 61, v. 5.
- GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. ed. 5. São Paulo: **Atlas**, 2010. p. 200, v. 5.
- HAMZA, K. M.; DALMARCO, D. A. S. Integração entre estratégia competitiva e práticas de responsabilidade social corporativa: um estudo exploratório nos cinco maiores supermercados brasileiros. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 6, n. 3, p. 78-95, 2013.
- HIB, Stefanie. Corporate Social Responsibility. **Über die Durchsetzung von Stakeholder-Interessen im Shareholder-Kapitalismus. Berliner Debatte Initial**, v. 18, n. 4/5, p. 6-15, 2007.
- IZQUIERDO, G. E.; PATIER, C. C. La responsabilidad social corporativa y la compatibilidad electromagnética en un contexto internacional. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 8, n. 2, p. 85-103, 2008.
- KRAEMER, M. E. P. Responsabilidade social corporativa: uma contribuição das empresas para o desenvolvimento sustentável [doi: 10.5329/RECADM. 20050401005]. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa - RECADM**, v. 4, n. 1, p. 1-50, 2005.
- KREITLON, M. P. A ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. **Encontro anual da Anpad**, v. 28, p. 1-13, 2004.

- LUGOBONI, Leonardo Fabris et al. Práticas de Sustentabilidade: Lojas de Varejo que “Vestem” e Vendem a “Moda Sustentável”. **2º CONTEXMOD**, v. 1, n. 2, p. 23, 2014.
- MACÊDO, J. M. A. et al. Responsabilidade social e reputação corporativa: uma investigação sobre a percepção dos *stakeholders* numa concessionária de energia elétrica nordestina. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 5, n. 11, p. 69-86, 2011.
- MARTINS, E. S. et al. estudo da sustentabilidade empresarial: o caso de uma cooperativa gaúcha. **GESTÃO ORG - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 8, n. 3, p. 457-482, 2011.
- MILANI FILHO, M. A. F. Responsabilidade social e investimento social privado: entre o discurso e a evidenciação. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 19, n. 47, p. 89-101, 2008.
- OLIVEIRA, B. C. et al. Responsabilidade social corporativa: um estudo de caso de empresas exportadoras cearenses do setor calçadista. **Contextus**, v. 4, n. 1, p. 17-28, 2006.
- OLIVEIRA, L. G. L.; OLIVEIRA, M. C.; PINTO, F. R. Responsabilidade social corporativa: estudo comparativo das normas sociais. **Revista Alcance**, v. 15, n. 2, p. 169-189, 2008.
- OLIVEIRA, L. G. L. et al. Responsabilidade Social Corporativa: estudo comparativo das normas socioambientais. **Contextus**, v. 5, n. 2, p. 41-54, 2007.
- PESSOA, R. W. A.; BENEVIDES, M. G.; NASCIMENTO, L. F. Responsabilidade social empresarial nas pequenas empresas. **Organização e Sociedade, O&S**, v. 13, n. 39, p. 77-91, 2006.
- RASERA, I. B.; et. al. Responsabilidade Social Corporativa No Setor Sucroalcooleiro: Um Estudo Sobre Percepções Das Externalidades Junto Ao Público Externo. **Revista de Administração da UNIMEP**, v.10, n.3, p. 162-181, 2012.
- SANTOS, M. J. N; SILVA, R. R. A importância da responsabilidade social corporativa para a potenciação do capital social em pequenas e médias empresas. **Revista de Ciências da Administração**, v. 12, n. 27, p. 190-207, 2010.
- SERPA, D. A. F; FOURNEAU, L. F. Responsabilidade social corporativa: uma investigação sobre a percepção do consumidor. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, v. 11, n. 3, p. 83-103, 2007.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. Boletim estatístico de micro e pequenas empresas, 2005.
- SILVA, P. M; AGOSTINE, M. R; LANGOSKI, L. M. Redes de cooperação e sustentabilidade: estudo de caso de uma rede hoteleira. **Revista de Administração da UFSM**, v. 8, edição especial, p. 09-23, 2015.
- SOARES, G. M. P. Responsabilidade social corporativa: por uma boa causa!?. **RAE-eletrônica**, v. 3, n. 2, p. 1-15, 2004.
- SOUZA, M. A; SOUZA, L. A. V. A Responsabilidade Social Corporativa no Brasil e na Argentina: um estudo a partir da Teoria das Representações Sociais. **Revista Capital Científico – Eletrônica (RCCe)** – ISSN 2177-4153, v. 10, n. 2, p. 110-126, 2012.
- TACHIZAWA, T.; POZO, H. Gestão de recursos humanos em micro e pequenas empresas: um enfoque de gestão ambiental e responsabilidade social para seu crescimento. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v.1, n.1, p. 04-23, 2007.

TEIXEIRA, E. A. NOSSA, V. FUNCHAL, B. R. O índice de sustentabilidade empresarial (ISE) e os impactos no endividamento e na percepção de risco. **Revista Contabilidade & Finanças, São Paulo**, v. 22, n. 55, p. 29-44, 2011.

TURANO, L. M. CHERMAN, A. FRANCA, L. S. Sustentabilidade em uma Grande Corporação: Uma Análise da Discrepância entre Discurso e Prática. **Revista de Administração da UFSM**, v. 7, edição especial, p. 111-128, 2014.

VELLANI, C. L. RIBEIRO, M. S. Sustentabilidade e contabilidade. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 6, n. 11, p. 187-206, 2009.

XAVIER, A. V. Responsabilidade social corporativa: um enfoque multidisciplinar no contexto globalizado. **Desenvolvimento em Questão**, v. 8, n. 16, p. 131-158, 2010.

ZAMBON, A. C. et. al. Obsolescência Acelerada de Produtos Tecnológicos e os Impactos na Sustentabilidade da Produção. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 16, n. 4, p. 231-258, 2015.