

SISTEMA B E ISO 26000: PERCEPÇÃO DOS JOVENS SOBRE CERTIFICAÇÕES SOCIOAMBIENTAIS

MATHEUS PEREZ GERONYMO

FACULDADE FIA DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS

GLERIANI TORRES CARBONE FERREIRA

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE (FEA/USP)

SISTEMA B E ISO 26000: PERCEPÇÃO DOS JOVENS SOBRE CERTIFICAÇÕES SOCIOAMBIENTAIS

Resumo

As certificações socioambientais são ferramentas muito importantes para as empresas que querem demonstrar que possuem práticas associadas aos princípios da responsabilidade social. O objetivo desse trabalho é analisar a percepção de jovens universitários sobre essas certificações. Realizamos uma pesquisa de campo empírica, através de um questionário, e assim, identificamos qual a percepção das pessoas em relação à duas ferramentas muito importantes quando se trata de responsabilidade social: a ISO 26000 e a certificação B de empresas.

Palavras chave: Responsabilidade social, sustentabilidade, certificações socioambientais, empresas B, ISO 26000.

Abstract

The socioambiental certifications are very important tools for the companies who want to demonstrate that they have practices that are aligned with the principles of the social responsibility. The objective of this work is to analyse the perception of young college students about those certifications. We did an empirical field study, through an survey, and then, we identified what's the perception of people about two very important tools when it comes to social responsibility: the ISO 26000 and the B-corp certificate.

Palavras chave: Social responsibility, sustainability, socioambiental certifications, B-corps, ISO 26000

1. Introdução

O novo relacionamento das empresas com a sociedade e com o meio ambiente têm sido pauta para uma grande transformação no meio dos negócios, e com isso, as organizações passaram a ter que entender melhor suas responsabilidades com a sociedade (BERTONCELLO e JUNIOR, 2007). A Responsabilidade Social das empresas surge com essa intenção, de tentar mostra-las seu propósito de atuação com a sociedade.

Com o conceito da responsabilidade social, a visão antiga de que as empresas eram avaliadas pelo resultado financeiro a curto prazo, e desprezavam uma avaliação das atividades operacionais baseada no social, ambiental e no econômico (MUNCK e DE SOUZA, 2009), deixou de ser algo frequente, e trouxe uma nova visão para as organizações, de que elas devem “compreender melhor seu impacto social, e que o desempenho social e ético deve ser avaliado por meio de auditorias” (BERTONCELLO e JUNIOR, 2007, p.71).

Um dos mecanismos principais para que uma empresa mostre que está atuando conforme os princípios da responsabilidade social é a certificação. Para Bufoni, Muniz e Ferreira (2009), é uma ferramenta muito poderosa de educação, controle e de informação ao consumidor. Além disso, tem como função importante o incentivo às mudanças socioambientais e o fortalecimento da cidadania, já que, com as certificações, é possível que o consumidor dê preferência a produtos ou processos mais sustentáveis (MOLINA, 2010).

Por mais que certificar uma empresa por suas práticas socioambientais seja algo muito proveitoso, como visto acima, uma das ferramentas mais conhecidas de diretrizes de práticas de responsabilidade, a ISO 26000, não possui caráter certificável, por ser apenas um guia de orientação de responsabilidade social para as empresas (DEUS, SELES e VIEIRA, 2014).

Essa característica da norma implica em uma dificuldade muito pertinente nas organizações que a adotarem: sua dificuldade de comprovação de adesão. Sobre isso, Melo e Gomes (2006) falam que isso pode dificultar pelo fato do formato da norma não ser propício para a auditabilidade, sendo assim, menos atrativo para as empresas que quiserem comprovar que são responsáveis no âmbito socioambiental.

Diante desse cenário, a certificação B de empresas, também conhecida como selo B, aparece como uma alternativa de indicador para as organizações que querem mostrar que estão de acordo com os princípios da responsabilidade social, através de uma certificação reconhecida mundialmente. Hoje, no Brasil, existem 97 empresas B (115, se considerarmos as empresas com menos de um ano de atuação que receberam o selo). No mundo, o número sobe para 2544, que é distribuído entre mais de 50 países, e 130 indústrias diferentes. Pode-se citar, como organizações relevantes que receberam o certificado, a Ben & Jerry's, produtora de sorvetes, iogurtes e bolos; e a Natura, no setor de cosméticos. Essa última é a maior empresa certificada do mundo.

O lema principal do movimento defende que os negócios devem ser usados como uma força para o bem. Um dos principais desejos do movimento é mudar o paradigma de que as empresas têm que ser as melhores do mundo, e ser as melhores para o mundo.

Dadas as informações, tem-se como questão norteadora do artigo: qual é a percepção de jovens universitários e recém-formados em relação a certificações socioambientais, como a certificação B de empresas?

Com base na pergunta de pesquisa, o objetivo geral do estudo é de analisar a percepção de jovens universitários e recém-formados do tema a ser estudado. Para que o mesmo seja atendido, os objetivos específicos são: verificar e analisar o conhecimento popular de jovens universitários e recém-formados em relação ao tema "Sistema B"; comparar o conhecimento popular dos jovens universitários e recém-formados em relação a norma ISO 26000; e identificar se as certificações socioambientais possuem credibilidade e importância, na percepção de jovens universitários e recém formados.

O tema é de suma importância para a sociedade, visto que os conceitos relacionados à responsabilidade social estão cada vez mais propagados entre os empresários. Uma pesquisa realizada pelo IBOPE (2007) aponta que 79% dos empresários já ouviram falar do termo sustentabilidade empresarial, 59% já ouviram de responsabilidade social, e 58%, preservar o meio ambiente, o que mostra que os temas que possuem relação à práticas socioambientais são valorizados e em crescente ascensão nas organizações.

Além disso, a ISO 26000 não possui caráter certificável, e por isso, as empresas buscam indicadores para mostrar que, de fato, seguem os conceitos da responsabilidade social empresarial, e que estão alinhadas às diretrizes da norma.

Dados esses fatos, a certificação B de empresas passa a se destacar e se mostrar como um desses indicadores para as organizações que querem mostrar que possuem práticas alinhadas aos conceitos socioambientais da responsabilidade social. Somado ao fato de que grandes empresas, como Natura e Ben & Jerry's adotaram o certificado como ferramenta para responsabilidade social, denota-se a importância do aprofundamento do tema.

2.Fundamentação Teórica

O presente capítulo tem como objetivo discorrer dos temas necessários para a elaboração do artigo. Para isso, foi feita uma revisão da literatura dos seguintes temas: responsabilidade social das empresas, certificações socioambientais, ISO 26000 e Movimento B.

2.1 Responsabilidade social das empresas

Uma definição inicial para a RSE é dada por Orchis, Yung e Morales (2002), que afirmam que o relacionamento ético da empresa com todos os seus stakeholders somado com o respeito ao meio ambiente e investimento em ações sociais é o que chamamos de RSE. Os autores defendem também que essas práticas devem sempre estar de acordo com os valores, culturas, políticas e estratégias da empresa.

Já de acordo com Toldo (2002), é necessário entender os termos “Responsabilidade” e “Social” para que uma definição mais precisa seja dada. O primeiro termo pode ser definido como a possibilidade de prever algum efeito, e, com base nisso, realizar uma correção com base nessa previsão. É diferente de imputabilidade, que diz que há um agente causador para cada ação. Ao mesmo tempo, social pode ser definido como o campo de relações humanas que engloba a todos os indivíduos nas quais essas relações ocorrem, sendo uma contraposição ao interesse individual. Dessa forma, para a autora, o termo “responsabilidade social” pode ser definido como a possibilidade de prever as ações, antecipando suas consequências e realizando da melhor forma possível, a fim de que as ações tragam benefício para todos os seus públicos.

Ao falar das características da RSE, pode-se dizer que é dividida em quatro aspectos: responsabilidade discricionária, em que as empresas devem estar envolvidas na melhoria do ambiente social; ética, no sentido de que as empresas devem ter um comportamento apropriado de acordo com as expectativas dos agentes da sociedade; a legal, que envolve o fato da empresa cumprir suas obrigações legais; e a econômica, no sentido das empresas terem a obrigação de serem rentáveis e produtivas.

Outra característica crucial da RSE diz respeito às suas dimensões, que, de acordo com Dias (2011), são duas: a interna e a externa. Para o autor, a interna diz respeito a todas as ações, políticas e programas que envolvam os funcionários das empresas, os distribuidores, os fornecedores e os outros integrantes da cadeia produtiva, diferente da externa, que engloba todos os grupos e problemas que não tenham uma relação contratual ou econômica com a empresa.

Além disso, deve ser mencionada a visão que as organizações possuem da RSE, que segundo Karkotli (2006), é pautada por 8 princípios:

1. Perceber o atual padrão mundial de acumulação de riqueza, que é pautado na tecnologia e exploração do desemprego
2. Compromisso com o meio ambiente
3. Preocupação com o consumo responsável e consciente
4. Ser responsável social no cotidiano
5. Valorização dos funcionários e da comunidade, a fim de motivá-los com o processo de desenvolvimento sustentável
6. Compreensão da importância de pesquisa e desenvolvimento orientadas para o desenvolvimento ambiental sustentável
7. Desenvolvimento de um trabalho ético

8. Perceber que o mercado é apolítico, e que isso significa falta de humanização social

Um mecanismo importante para verificar se as empresas estão em conformidade com os princípios da responsabilidade social são as certificações socioambientais, tema este a ser discutido no próximo tópico.

2.2 Certificações socioambientais

Frente a um mercado competitivo, as certificações surgem para se tornar um diferencial para as empresas com as melhores práticas. As certificações socioambientais aparecem justamente com esse propósito: destacar-se das demais, e mostrar ser uma marca socialmente e/ou ambientalmente responsável (Dias, 2011). Servem também, para que as empresas consigam se reinserir em algum mercado de nicho, ou até mesmo atender as exigências de responsabilidade social e ambiental das empresas.

Para entender melhor as certificações socioambientais, é necessário entender o que são certificações. Uma definição é dada por Da Silva e Drummond (2005), ao dizer que é um processo em que um terceiro fornece uma declaração por escrito dizendo que determinado produto atende a certos requisitos predefinidos pela terceira parte. Hamza e Dalmarco (2012, p.6) dizem que as certificações “foram criadas como mecanismos de autorregulação do mercado”. Uma complementação da definição é feita por Acosta et al. (2011), ao dizer que as certificações têm como objetivo principal evitar as fraudes, através de um sistema de controle rigoroso, para que o consumidor sinta segurança.

Para Molina (2010), há três tipos de certificação:

1. Certificação de produtos e serviços: garantia de que um produto ou serviço é produzido ou fornecido de acordo com um padrão pré-estabelecido
2. Certificação de sistemas de gestão: garantia de que um sistema de gestão está conforme um requisito normativo.
3. Certificação de pessoas: avalia se as pessoas possuem determinados habilidades e conhecimentos necessários para certa profissão

Os benefícios de se obter uma certificação são vários, como maior lucratividade, vantagem competitiva, maior confiança nos cumprimentos legais e normativos, redução nos custos de seguros, maior capacidade de buscar informações, maior eficiência da gerência, acesso facilitado ao mercados e redução dos riscos e da responsabilização por danos (TANNER, 2000 apud MOLINA, 2010, p.43).

Dito isso, podemos classificar as certificações socioambientais como instrumentos que servem para mostrar ao mercado que a empresa certificada cumpre exigências socioambientais, e, dessa forma, garantir a credibilidade a campanha de marketing ambiental da organização (MOLINA, 2010). Somado a isso, algumas certificações, como os da série ISO, passam a aumentar as exigências cada vez mais, a fim de se tornar limitada, para manter o padrão de qualidade cada vez mais alto. (ACOSTA et al., 2011)

Um ponto importante a ser mencionado é a diferença entre certificações, rotulagem e selos verdes. Sobre isso, Vidigal (2015) nos mostra a diferença, através dos seguintes conceitos:

- **Certificação:** resultante da verificação de eficácia de um Sistema de gestão aplicado a uma empresa.

- **Rotulagem:** indicação de certos atributos em produtos ou serviços, através de atestados, símbolos ou gráficos presentes em rótulos.
- **Selo verde:** É o termo que define se algo está dentro de um programa que verifica se o mecanismo está sendo protegido ou se mecanismos limpos de produção estão sendo adotados pelas empresas.

Algumas certificações socioambientais são indispensáveis em alguns mercados específicos, em que certas exigências que o consumidor, por muitas vezes não percebe, mesmo depois de ter consumido o produto várias vezes, devem ser cumpridas, mas apesar disso, não existem evidências empíricas de que isso aumenta a qualidade dos produtos certificados ante aos produtos convencionais. (ACOSTA et al., 2011)

Duas ferramentas, que atuam com os princípios da responsabilidade social, são importantes para o desenvolvimento do trabalho. A primeira, chamada de ISO 26000, não é uma certificação socioambiental, mas auxilia as empresas com as diretrizes para uma atuação com responsabilidade social associada ao desenvolvimento sustentável (BARBIERI e CAJAZEIRA, 2013). A segunda, chamada de certificação B de empresas, é uma certificação socioambiental, mais recente que a primeira norma, e tem como objetivo principal incluir a dimensão socioambiental na missão final das empresas (COMINI, FIDELHOLC e RODRIGUES, 2014). As duas ferramentas serão descritas nos tópicos a seguir.

2.3 ISO 26000

A ISO 26000 é a primeira norma internacional que trata de responsabilidade social empresarial, e tem como principal objetivo colocar diretrizes para ajudar empresas de portes, regiões e campos de atuação diferentes a implementar práticas mais sustentáveis (Dantas et al., 2016). Foi criada com o trabalho de mais de 360 profissionais, de 60 países, e o processo de construção foi feito de duas formas: através de delegações nacionais, que representavam os consumidores, empresas, governo, ONGs, trabalhadores etc. ou das organizações D-Liaison, que representam algumas das organizações relevantes no cenário internacional, como a Organização internacional do trabalho, o pacto global da ONU e outros participantes (MELO & GOMES, 2006)

A norma foi elaborada pela *International Organization for Standardization*, popularmente conhecida como ISO, que é uma organização não governamental internacional que atua com o objetivo de promover a inovação e fornecer soluções para problemas globais. Trabalha fornecendo especificações de nível mundial para produtos, serviços e sistemas, a fim de aumentar a eficiência, qualidade e segurança.

É importante destacar que a ISO 26000 não é uma norma certificável, e que sua aplicação é voluntária. Seu objetivo principal é servir como um norte nas questões de responsabilidade social para as empresas, em cima dos seus sete princípios fundamentais: responsabilidade, transparência, comportamento ético, consideração pelas partes interessadas, legalidade, normas internacionais e direitos humanos (DANTAS et al., 2016). Os temas centrais, que definem as responsabilidades da ISO 26000, estão descritos no quadro :

Quadro 1.: Principais responsabilidades da ISO 26000

Temas centrais	Responsabilidade da organização
Governança organizacional	<ul style="list-style-type: none"> ● Sistema de governança socialmente responsável ● Estratégias, objetivos e metas com o compromisso com a responsabilidade social ● Tentar envolver todos os funcionários.
Direitos humanos	<ul style="list-style-type: none"> ● Due Diligence ● Situações de Risco para os Direitos Humanos

	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar Cumplicidade • Resolução de Queixas • Discriminação e Grupos Vulneráveis • Direitos Cíveis e Políticos • Direitos Econômicos, sociais e culturais • Princípios e Direitos Fundamentais do trabalho
Práticas de trabalho	<ul style="list-style-type: none"> • Empregos e Relações de Trabalho • Condições de Trabalho e proteção social • Diálogo Social • Saúde e Segurança no Trabalho • Desenvolvimento Humano • Treinamento no local de trabalho
Meio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Prevenção da Poluição • Uso sustentável de recursos • Mitigação e adaptação às mudanças climáticas • Proteção do meio ambiente e da biodiversidade Restauração de habitats naturais
Práticas leais de operação	<ul style="list-style-type: none"> • Práticas Anti-corrupção • Envolvimento Político Responsável • Competição Leal • Promoção da RSE na Cadeia de Valor • Respeito por Direitos de Propriedade
Questões relativas ao consumidor	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing justo informações factuais e práticas de contratação Justas • Proteção da saúde e segurança dos consumidores • Consumo sustentável • Serviço, Suporte para consumidores, atendimento de reclamação e resolução de disputas • Proteção de dados e privacidade dos consumidores • Acesso a serviços essenciais • Educação e conscientização
Envolvimento e desenvolvimento da comunidade	<ul style="list-style-type: none"> • Envolvimento da Comunidade • Educação e cultura • Geração de emprego e capacitação • Desenvolvimento tecnológico e acesso às tecnologias • Geração de Riqueza e Renda • Saúde • Investimento social

Fonte: Baseado na ABNT NBR ISO 26000:2010 (ASSOCIAÇÃO..., 2010).

Sua importância é muito relevante para a sociedade, já que não existia um “instrumento oficial capaz de integrar a forma como as organizações lidam com o mundo à sua volta”. (DANTAS et al., 2016,p. 133). A responsabilidade social e integração das empresas, para Dias (2011), têm papel muito importante no desenvolvimento de uma sociedade mais justa e sustentável, e que, com a consolidação da norma, são valores que mudarão o conceito de qualidade no futuro.

A adoção da norma pode ter alguns fatores que são motivadores para as empresas, que podem ser caracterizados em quatro aspectos, segundo Deus et al. (2014): social, ambiental, econômico e estratégico. Esses fatores envolvem itens como redução a pobreza, desenvolvimento econômico, escassez de recursos naturais, viabilidade do negócio e imagem

da organização. Além desses fatores, a cultura organizacional da empresa e a influência dos autores é citada pelo autor também, como fatores que motivam as empresas a aderir a norma.

Por mais que a ISO 26000 seja uma norma reconhecida e muito valorizada internacionalmente, possui suas limitações. Melo e Gomes (2006) dizem, por exemplo, que a redução do patamar desejável da gestão com responsabilidade social é um desses fatores, visto que, por ser uma norma internacional, e por requerer o consenso de vários países, ela corre o risco de se tornar genérica demais. Sobre essa dificuldade, Dantas et al. (2016) ressalta que por conta das particularidades de cada país, as diferenças culturais se tornam o principal entrave para a aceleração do projeto da norma. Outro fator citado pelo autor é a não adesão da norma por parte de pequenas e médias empresas, por ser um processo muito custoso. Além disso, o fato de que as organizações podem aderir a norma por motivos puramente comerciais é outra limitação, por não gerar a mudança de valores, e reflexões socioambientais mais profundas. Por fim, pode ser que as empresas percam o interesse na ISO 26000 por existir uma dificuldade em comprovar a adesão da norma, pelo fato de ela não ser uma norma certificável, como a certificação B de empresas, certificação emitida pelo Sistema B, parceira da B-Lab, que será descrita no próximo tópico.

2.4 Movimento B

O conceito do movimento B foi criado pela organização sem fins lucrativos B-Lab, em 2007, atuando em três frentes principais: Legislação, Certificação de empresas e Investimentos de impacto (COMINI, FIDELHOLC, RODRIGUES, 2014). Neste artigo, apenas as duas primeiras serão estudadas, a fim de diferenciar o que é o modelo jurídico, conhecido como *Benefit Corporation*, e a certificação B de empresas.

Segundo Kim et al. (2016), a certificação é feita para empresas que geram valor compartilhado não apenas para os acionistas, e sim para a comunidade, o meio ambiente e seus funcionários.

O grande objetivo das empresas B, na visão de Comini, Fidelholc e Rodrigues (2014), deve ser de trazer a geração de valor compartilhado e redefinir o conceito de sucesso nos negócios, seguindo a missão da B lab, de sempre usar modelos e forças de negócios para fazer a resolução dos problemas nas esferas social e ambiental. Paizinho (2015) nos mostra que o posicionamento das empresas B no mercado evidencia a convicção que possuem de que o sucesso nos negócios é fundamental para a resolução ou mitigação de problemas sociais ou ambientais.

O sistema B, como foi nomeado na América Latina, foi implantado no Brasil em 2013, pelo comitê para democratização da informática (CDI). Segundo Rodrigues (2016), O CDI ficou responsável pelo Sistema B por três anos, cuidando de sua composição legal e emissão de notas. Depois desse período, em 2016, o Sistema B foi oficializado como uma atuante do terceiro setor, tornando-se uma organização da sociedade civil (OSCIP).

De acordo com a autora, a sede do Sistema B na América Latina fica no Chile, e o foco principal de sua atuação na região é o processo de certificação. Vale ressaltar que o Sistema B é apenas parceira da criadora do movimento B, a B lab. No momento em que Maria Emilia Correa, Pedro Tarak, Gonzalo Muñoz e Juan Pablo Larenas, responsáveis por trazer o movimento para a América Latina, foram mostrar o interesse de ampliar a atuação do movimento para seus países, foi colocado em pauta o sistema atual, que é o formato de parcerias internacionais, que trabalhassem de forma regional.

O *B – Impact assessment* - também conhecido como BIA – é a ferramenta utilizada pelo B – lab a fim de verificar a performance corporativa, social e ambiental das empresas

(RODRIGUES, 2016). Serve de base tanto para a certificação B de empresas, quanto para os investimentos de impacto.

O BIA possui uma avaliação que vai de 0 a 200 pontos, e as questões giram em torno de cinco itens principais: Governança, funcionários, comunidade, meio ambiente e clientes. O quadro 2 mostra os principais itens cobrados na avaliação de impacto:

Quadro 2: itens cobrados no BIA

Governança	Funcionários	Comunidade	Meio ambiente	Clientes
Avalia a distribuição do poder de tomada de decisões na empresa, controles internos, prestação de contas, atendimento ao cliente. Inclui questões sobre missão e engajamento, governança, anticorrupção e transparência	Avalia conforme nível e grupos, como líderes, integral ou meio período. Abrangência e equidade. Engloba questões sobre salários, benefícios, treinamento, direito de propriedade, ambiente de trabalho, comunicação, direitos humanos, políticas de trabalho, saúde ocupacional e segurança	Avalia relacionamentos com fornecedores, ONGs, governo, academia, comunidade, entre outros. São questões referentes a métricas de comunidade, fornecedores e distribuidores, envolvimento local, diversidade, criação de empregos, engajamento cívico e doações.	Avalia as instalações e gestão dos impactos de sua atividade, como resíduos, uso de água e energia, características da construção, etc. As perguntas abordam instalações/plantas, entradas, saídas, transporte, distribuição e fornecedores.	Avalia o impacto nos clientes. Foca na avaliação da oferta de produtos e serviços que promovem benefício público e comunidades desamparadas. As questões buscam averiguar se a oferta resolve algum problema social ou ambiental.

Fonte: Rodrigues (2016, p77)

O BIA pode ser utilizado também como uma ferramenta que auxilia a mensurar e melhorar o impacto social. (COMINI, FIDELHOLC, RODRIGUES, 2014). Além disso, o autor diz que é uma ótima ferramenta de benchmarking para as empresas, visto que elas passam a ter diretrizes de práticas de outras empresas para que elas consigam melhorar as próprias práticas.

Ao concluir o BIA, é possível discriminar a empresa em uma das três categorias: as empresas ordinárias; as empresas sustentáveis; e as empresas B. As empresas ordinárias podem pensar em usar seus negócios para um propósito maior, mas o objetivo principal é aumentar o ganho financeiro ; As empresas sustentáveis tem como objetivo principal tanto o ganho financeiro, quanto o impacto socioambiental positivo; e as empresas B possuem como objetivo primário resolver um problema socioambiental através da atuação da organização, e, em segundo plano, pensar no ganho financeiro.

Uma das frentes principais do movimento B consiste em apoiar um novo tipo jurídico de corporação. Chamadas de *Benefit Corporations*, seu principal escopo é de diferenciar as empresas, através da criação de um novo modelo de negócios, baseado em seus propósitos e focado na prestação de contas de transparência (COMINI, FIDELHOLC, RODRIGUES, 2014).

Segundo o autor, no sistema legal atual, o grande foco está na maximização dos lucros, enquanto que nas *Benefit corporations*, o foco está em tentar manter a missão social da empresa. Diferente de atuantes como o terceiro setor, as *Benefit corporations* não fornecem incentivos fiscais, salvo exceções como o estado da Filadélfia, que fez um piloto com 25 empresas B, oferecendo US\$ 4.000 de isenção fiscal.

É importante salientar que existe uma diferença entre ser uma *Benefit Corporation* e receber o selo de empresa B certificada. Rodrigues (2016) diz que qualquer organização pode receber a certificação. Já a empresa que é uma *Benefit Corporation* se diferencia por ter sua natureza jurídica diferente, focada no propósito da empresa, na prestação de contas e na transparência. Vale ressaltar que para ter esse formato jurídico, não é necessário obter a certificação.

A outra frente que será discutida no trabalho é a das certificações para as organizações. As empresas que recebem o selo, emitido pelo Sistema B, passam a se chamar de empresas B, ou *B corporations*, na nomenclatura americana. A certificação serve para identificar, através de suas operações, quais empresas usam o poder dos negócios para resolver problemas sociais e/ou ambientais (COMINI, FIDELHOLC, RODRIGUES, 2014). A certificação tem como objetivo, segundo Rodrigues (2016) promover a autorregulação e a utilização de mecanismos de mercado para aproximar os objetivos sociais e econômicos. Além disso, de acordo com Doeringer (2009, apud RODRIGUES, 2016, p75) ele pode ser utilizado como forma de análise de investimento para negócios com impacto social

Em relação aos benefícios da certificação B, o que faz com que uma empresa opte por ter a certificação B, Segundo Comini, Fidelholc & Rodrigues (2014) são três fatores principais: posicionamento ideológico, comunicação e reputação. Ainda assim, existem diferenças entre a visão de benefício das pequenas para as grandes empresas, como o fato de que para as de grande porte se preocupam com a divulgação de posicionamento ideológico, enquanto as de pequeno focam na consolidação desse posicionamento.

Para as autoras, as empresas de pequeno porte veem a certificação B como um benefício justamente como uma forma de entrar em uma rede muito extensa, em que várias empresas com o mesmo propósito, missão e valores estão inseridas. Com isso, essas organizações possuem a oportunidade de ampliar sua rede de contatos e aumentar a possibilidade de fazer negócios com outras empresas. Em relação às empresas de grande porte, de outro lado, possuem o interesse de participar de um movimento global e servir de exemplo para outras empresas.

Uma outra visão da certificação é trazida por Kim et al. (2016), em que os autores trazem dois principais motivos pelos quais as empresas optam pela certificação. O primeiro motivo, para os autores, defende que as empresas de pequeno porte que são comprometidas com responsabilidade social e ambiental a um tempo querem provar, com a obtenção da certificação, que elas são mais genuínas e autênticas no que se diz em geração de valor compartilhado para seus stakeholders. Dessa forma, o consumidor seria beneficiado, pois ele conseguiria diferenciar quem, de fato, é engajado com a causa social e/ou ambiental, dos que querem apenas fazer um marketing em cima de uma propaganda sustentável promovida pela empresa.

O segundo motivo defendido pelos autores é de que as empresas querem a certificação para tentar fazer parte de uma nova economia, em que um novo conjunto de regras está sendo introduzido, a fim de redefinir o jeito em que as pessoas enxergam o “sucesso” no mundo empresarial. Dessa forma, as empresas que possuem ou buscam a certificação possuem como principal motivador a vontade de querer transformar a economia, em cima dos valores socioambientais defendidos pelo Sistema B.

3. Metodologia

Em relação a tipologia da pesquisa, ela pode ser dividida em 4 blocos, que são: quanto a natureza, quanto a sua forma de abordagem, quanto aos seus objetivos e quanto aos

procedimentos técnicos (NIELSEN, OLIVO e MORILHAS, 2018)

Quanto a natureza dessa pesquisa, pode-se classificar como básica, já que essa pesquisa não se preocupa em desenvolver uma aplicação imediata para os conhecimentos desenvolvidos na pesquisa, em contraponto da pesquisa aplicada, que tem como foco utilizar os conhecimentos da pesquisa básica para a resolução de problemas específicos, aplicando os conhecimentos (NIELSEN, OLIVO e MORILHAS, 2018).

A abordagem escolhida para o estudo será quantitativa, visto que o enfoque da pesquisa será de medir com precisão as variáveis e delimitar a informação (SAMPIERI, COLLADO, LÚCIO, 2010). O autor elenca também as diferenças principais para uma abordagem qualitativa, chegando na conclusão de que nessa abordagem, o foco é a dispersão e a expansão dos dados. Além disso, tem como foco principal estudar um fenômeno em sua amplitude, e não de maneira mais aprofundada (NIELSEN, OLIVO e MORILHAS, 2018).

A pesquisa terá um caráter exploratório como objetivo, visto que a intenção do estudo não busca identificar nenhuma causa através de um modelo matemático ou da interpretação de uma abordagem qualitativa, e sim levantar informações sobre o objeto de estudo, através de suas manifestações (Severino, 2007)

Em relação ao procedimento da pesquisa, será utilizado, nesse artigo a pesquisa de levantamento, já que ela consiste em conhecer a opinião ou o comportamento das pessoas em certa situação, através de meios estatísticos (NIELSEN, OLIVO e MORILHAS, 2018).

Para a realização da pesquisa, será utilizada uma amostra, que, de acordo com Nielsen, Olivo e Morilhas (2018), é “uma pequena parte da população escolhida pelo pesquisador, por meio de diferentes métodos, para representar o universo”. A forma de amostragem escolhida é não probabilística, pois um grupo de pessoas foi escolhido, a fim de compor a amostra, baseado em um grupo de elementos dos quais deseja-se saber alguma opinião (MARTINS e THEOPHILO, 2009)

A técnica de pesquisa utilizada será a de coleta de dados através de um questionário. Para Severino (2007, p125), essa é a definição de um questionário: “Conjunto de questões, sistematicamente articuladas, que se destinam a levantar informações escritas por parte dos sujeitos pesquisados, com vistas a conhecer a opinião mesmos sobre os assuntos em estudo.”

As perguntas do questionário eram estritamente fechadas, visto que o entrevistado não tinha liberdade para responder, conseguiam apenas responder com as opções que o questionário os fornecia (NIELSEN, OLIVO e MORILHAS, 2018). Além disso, as perguntas podem ser classificadas em três tipos: as dicotômicas, em que há apenas duas respostas possíveis; as de múltipla escolha, que é uma pergunta com várias alternativas de respostas; e as avaliações que possuem as escalas tipo Likert, em que em uma escala de 0 a 10, as pessoas tinham que escolher qual a opção que externe melhor o seu posicionamento. (MARTINS e THEOPHILO, 2009)

4. Discussão

O questionário foi dividido, implicitamente, entre duas categorias de perguntas: as fechadas, e as avaliações dos itens de uma empresa, que serão analisadas a seguir:

Na primeira parte do questionário, percebe-se que o total de pessoas que responderam que não conhecem o sistema B correspondem a mais de $\frac{3}{4}$ de toda a amostra, representando 78,2%, frente a 21,8% que responderam que a conhecem. Esse dado nos mostra que a quantidade de pessoas que ainda não conhecem o conceito de empresas B entre os jovens universitários e recém formados ainda é muito grande

Em relação à ISO 26000, o resultado foi parecido com a pergunta em relação à certificação B de empresas. O percentual de pessoas que responderam que não conhecem a norma representam um total de 73,4%, contra 26,6% da população que declararam conhecer a população. O esperado era de que a ISO 26000, por ser uma norma internacional e mais antiga que o selo B de empresas, fosse ter uma quantidade maior de pessoas que a conhecessem, mas o resultado foi diferente, visto que os percentuais de respostas “sim” e “não” para as duas respostas foi semelhante. Dentro dos 26,6% que afirmaram conhecer a norma, apenas 42,4% responderam corretamente sobre o que se trata a norma.

Ao serem indagadas em relação a importância das certificações ambientais, 46,6% das pessoas a consideram importantes, atribuindo a nota máxima de importância. Apesar disso, o resultado não foi o mesmo no que se trata da credibilidade das certificações, já que apenas 21% das pessoas atribuíram a nota máxima. Além disso, 58,9% dos respondentes não dão preferência a empresas que possuam certificados socioambientais.

Para a segunda parte do questionário, foi solicitado que preenchessem uma Escala Likert, de 0 a 10, dizendo o quanto de importância a pessoa dá para determinado item em uma empresa.

O item que mais foi dado importância, segundo a avaliação, foi a adoção de práticas anticorrupção, com uma média das respostas no grau de 9,36 de 10,0. Logo em seguida, verificamos que o item que diz respeito ao pagamento de salários justos para os funcionários vem logo em seguida, com 9,22. Criação e manutenção de um bom ambiente de trabalho, por parte da empresa, está na terceira posição, com 9,12. Os dois seguintes, que são a adesão de políticas que aumentem a segurança dos funcionários de uma empresa; e prestação de contas e transparência, ocupam o quarto e o quinto lugar, com 9,08 e 9,05, respectivamente.

Com esses dados, pode-se perceber que a preocupação da população com o combate a corrupção e ética empresarial no trabalho é algo muito presente, e que dentre os cinco itens mais bem avaliados, dois deles são justamente itens que envolvem esses fatores (adoção de práticas anticorrupção e prestação de contas e transparência). O cenário político e econômico brasileiro favorecem, visto que, em meio a investigações de corrupção em empresas multinacionais e atores do governo, as pessoas passam a se conscientizar e repudiar cada vez mais as posturas inadequadas e as práticas antiéticas, por tantas vezes, enraizada na sociedade.

Além disso, é possível verificar que as pessoas se importam com o bem estar no trabalho também, já que os outros três itens mais bem avaliados são justamente itens que, se bem manuseados, aumentam o bem estar de um funcionário na empresa (pagamento de salários justos aos funcionários; Criação e manutenção de um bom ambiente de trabalho, por parte da empresa; e adesão de políticas que aumentem a segurança dos funcionários de uma empresa)

Veremos mais a frente uma análise mais detalhada de cada item exigido pelo BIA. Para isso, somaremos as notas de 8 a 10, a fim de obter uma única porcentagem para a avaliação. A partir disso, serão escolhidos os dois tópicos mais escolhidos para que seja comparado com a certificação ISO 26000.

No que se trata de governança, o item “adoção de práticas anticorrupção” teve a maior quantidade de votos, com 90,32% do total de respostas. Logo em seguida, temos o item “prestação de contas e transparência, com 86,29%. Na norma de responsabilidade social, os dois itens estão presentes no tema central “práticas leais de operação”, sendo que o primeiro possui um tópico inteiro sobre o assunto, enquanto que o segundo é abordado dentro do tópico “envolvimento político responsável”.

Nos itens relacionados a funcionários, o mais bem avaliado foi “criação e manutenção

de um bom ambiente de trabalho, por parte da empresa”, com 88,71%. Os itens “adesão de políticas que aumentem a segurança dos funcionários de uma empresa” e “ pagamento de salários justos para os funcionários” ocupam, empatados, a segunda posição, com 87,9% do total de respostas, cada um.

Dos três itens, apenas um não é encontrado explicitamente na norma ISO 26000, que é justamente o que se refere a ambiente de trabalho. Os outros dois itens se encontram dentro do tema central “ práticas de trabalho”, porém apenas um possui um tópico exclusivo a ele, visto que o item “pagamento de salários justos a funcionários” está dentro do tópico “condições de trabalho e proteção social”

Nos itens relacionados a comunidade, nota-se que o “engajamento social da empresa” ocupa o primeiro lugar, seguido de “promoção de ações que incentivem a diversidade na organização”, com 81,45% e 74,19%, respectivamente.

O item “engajamento social da empresa” está no tema central “envolvimento e desenvolvimento da comunidade”, com um tópico inteiro destinado ao assunto. Já o tópico que diz respeito a diversidade não é abordado diretamente nos tópicos da ISO 26000.

Nos itens relacionados a meio ambiente, o item “descarte adequado de resíduos prejudiciais ao meio ambiente” foi o mais votado, com 83,06%, enquanto que o segundo mais bem votado, “ redução do desperdício de água” teve 82,26% do total de votos.

Os dois itens estão inseridos em um tema central da norma internacional de responsabilidade social, que é “meio ambiente”, porém o que diz respeito ao descarte adequado dos resíduos está inserido no tópico “prevenção da poluição”, enquanto que o que discorre sobre a redução do desperdício de água está inserido em “uso sustentável de recursos.

Nos itens relacionados a clientes, existem apenas duas questões, que são “benefício da empresa para os clientes” e “ impacto do produto/serviço para os clientes”, que obtiveram, respectivamente, 81,45% e 80,65% do total de votos.

Quanto à presença dos itens na ISO 26000, pode-se dizer que os dois itens não são abordados de maneira direta na norma.

O quadro 3 mostra um resumo da análise realizada, e da comparação com a ISO 26000:

Quadro 3: Resumo da análise da comparação do sistema B com a ISO 26000

	Sistema B	% de 8 a 10	Média	Está inclusa na Iso 26000?
Governança	Adoção de práticas anticorrupção	90,32%	9,36	Sim, no tema central “práticas leais de operação”
Governança	Prestação de contas e transparência	80,29%	9,05	Sim, porém está dentro de um tópico do tema central “práticas leais de operação” (envolvimento político responsável)
Funcionários	adesão de políticas que aumentem a segurança dos funcionários de uma empresa	88,71%	9,08	Sim, no tema central “práticas de trabalho”
Funcionários	criação e manutenção de um bom ambiente de trabalho, por parte da empresa	87,9%	9,12	Não é abordado diretamente.
Funcionários	pagamento de salários justos para os funcionários	87,9%	9,22	Sim, porém está dentro de um tópico do tema central “práticas

				de trabalho” (condições de trabalho e proteção social)
Comunidade	Engajamento social da empresa	81,45%	8,57	Sim, no tema central “envolvimento e desenvolvimento da comunidade”
Comunidade	promoção de ações que incentivem a diversidade na organização	74,19%	8,24	Não é abordado diretamente
Meio ambiente	descarte adequado de resíduos prejudiciais ao meio ambiente	83,06	8,90	Sim, porém está dentro de um tópico do tema central “meio ambiente” (prevenção da poluição)
Meio ambiente	redução do desperdício de água	82,26%	8,73	Sim, porém está dentro de um tópico do tema central “meio ambiente” (Uso sustentável de recursos)
Clientes	benefício da empresa para os clientes	81,45%	8,85	Não diretamente
Clientes	impacto do produto/serviço para os clientes	80,65%	8,76	Não diretamente

Fonte: Elaborado pelo autor

Considerações finais

O desenvolvimento desse artigo teve como pergunta de pesquisa: qual é a percepção de jovens universitários em relação a certificações ambientais, como a certificação de empresas B. Em cima da pergunta, os seguintes objetivos específicos foram determinados, a fim de guiar a pesquisa: verificar e analisar o conhecimento popular de jovens universitários e recém-formados em relação ao tema “Sistema B”; comparar o conhecimento popular dos jovens universitários e recém-formados em relação a norma ISO 26000; e identificar se as certificações socioambientais possuem credibilidade e importância, na percepção de jovens universitários e recém formados.

Através do desenvolvimento da pesquisa, foi possível perceber que a certificação B de empresas ainda não é tão conhecida entre os jovens universitários e recém formados. Entretanto, nota-se também que não é um problema particular da certificação do Sistema B, visto que a ISO 26000, que é uma norma mais antiga, de uma organização reconhecida mundialmente como referência de mercado e amplamente adotada por uma grande quantidade de empresas, também é pouco conhecida. Uma possível explicação para este fato é a falta de interesse no tema, por parte desses jovens, afirmação que pode ser confirmada na questão de valores socioambientais, em que poucos se declararam com fortes valores socioambientais, e a maioria disse não estar disposta a abrir mão de um produto que utiliza, por outro que seja mais sustentável.

Outro fator que é importante ser mencionado é o fato de que os jovens atribuem bastante importância para as certificações socioambientais, mas em contrapartida, não atribuem tanta credibilidade assim a elas. Com isso, verifica-se que as pessoas acreditam que é necessário se preocupar com os valores socioambientais, e que as certificações são ferramentas muito úteis tanto para a empresa quanto para o consumidor, porém não é dada a credibilidade que é necessária, muitas vezes, por conta de irresponsabilidade das organizações

certificadoras, ou até mesmo da empresa que recebe a certificação

Além disso, foi possível verificar que dos temas cobrados no BIA, poucos não estão inclusos no escopo da norma internacional ISO 26000. Com isso, pode-se dizer que a certificação B de empresas pode ser considerada uma ótima ferramenta para as empresas que querem alinhar sua missão, visão e valores com os princípios de responsabilidade social, sendo assim, uma alternativa ao fato de que a norma ISO 26000 não possui caráter certificável

Para que a certificação B de empresas e os conceitos de responsabilidade social tenham seus efeitos na sociedade, devem ser propagados com mais intensidade. Para isso, uma alternativa seria de colocar esses temas em pauta, e incentivar as pesquisas sobre o tema. Com isso, a conscientização de que as certificações socioambientais são necessárias, como indicadores de responsabilidade social, irá aumentar, e o conhecimento das pessoas sobre o tema será maior.

Em suma, pode-se dizer, quanto à percepção dos jovens universitários em relação a certificações socioambientais, que é um tema pouco explorado nas faculdades, porém é um tema em que as pessoas dão muita importância. Dessa forma, uma das contribuições do trabalho é expandir o conhecimento em relação não apenas a este tipo específico de certificações, e sim da norma internacional ISO 26000 e o sistema B também.

Como limitações desse estudo, pode-se mencionar a pouca quantidade de artigos e trabalhos acadêmicos em relação ao Sistema B, e o baixo conhecimento em relação ao tema, impossibilitando a elaboração de perguntas mais complexas sobre o tema. Dito isso, algumas contribuições futuras podem ser: Quais são os impactos do sistema B na sociedade e quais são as vantagens e desvantagens de se obter a certificação.

Referências bibliográficas

ACOSTA, B.; PADULA, A. D.; REVILLON, J. P. P. **Certificação e inovação em empresas de cultivo de rosas do Equador**. Revista Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, v. 13, n.2, p. 176-185, 2011.

ALESSIO, Rosemeri. **Responsabilidade Social das Empresas no Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004. 151 p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT. **NBR ISO 26000: diretrizes sobre responsabilidade social**. Rio de Janeiro, 2010. 110 p. Disponível em: <[http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/\[field_genericoimagens-filefield-description\]_65.pdf](http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/[field_genericoimagens-filefield-description]_65.pdf)> Acesso em: 25. mar. 2018.

B CORPORATION. **B -Lab**. Disponível em:< www.bcorporation.net> Acesso em: 25 mar. 2018

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade Social Empresarial e Empresa Sustentável – da teoria à prática**. 2.ed. São Paulo: Saraiva.2012. 254p.

BERTONCELLO, S. L. T. ; JUNIOR, J. C. A importância da Responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação. **Revista da Faculdade de Comunicação FAAP (FACOM)**, nº 17, p. 70-76, 2007. Disponível em: <http://www.faap.br/revista_faap/revista_facom/facom_17/silvio.pdf>. Acesso em 25 jul. 2018.

COMINI, G. M.; FIDELHOLC, M.; RODRIGUES, J. Empresas B: Princípios e desafios do Movimento B Corp. **XVII SEMEAD**. São Paulo, 2014.

DA SILVA, M. A. R. ; DRUMMOND, J. A . **Certificações socioambientais: desenvolvimento sustentável e competitividade da indústria mineira na Amazônia**. Cadernos EBAPE, edição temática, 2005.

DAHER, Wilton de Medeiros. **Responsabilidade Social Corporativa**. São Paulo: Saint Paul, 2006. 166 p.

DANTAS, Águida Jéssica de Freitas et al. RESPONSABILIDADE SOCIAL SOB A ÓTICA DA ISO 26000: Uma Análise das Pequenas Empresas do Comércio Varejista de Mossoró/RN. **Perspectivas Contemporâneas**, v. 11, n. 2, p. 126-148, 2016.

DEUS, R. M.; SELES, B. M. R. P. ; VIEIRA, K. R. O. **As organizações e a ISO 26000: revisão dos conceitos, dos motivadores e das barreiras de implementação**. Gestão & Produção, p. 793-809, 2014.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental** : Responsabilidade social e sustentabilidade. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 232 p.

GERHARDT, T. E. G.; SILVEIRA, D. T. (Org.). **Métodos de pesquisa** . 1. ed. Rio Grande do Sul: UFRGS Editora, 2009. 120 p.

HAMZA, K. M., & DALMARCO, D.A. S. (2012) **As Certificações Sustentáveis e Sua Relevância Para o Consumo Consciente e os Negócios**. Reunir: Revista de Administração, Ciências Contábeis e Sustentabilidade, 2, 1-20.

ISO. **Institucional**. Disponível em: <www.iso.org> . Acesso em: 20 mai. 2018

JULIANA, Rodrigues. **O movimento B Corp: significados, potencialidades e desafios**. 2016. 219 f. Dissertação (Mestrado em administração)- Faculdade de economia, administração e contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-19122016-152403/pt-br.php>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade social empresarial**. Petrópolis: Vozes,2007. 157p.

KIM, Suntae et al. **Why Companies are becoming B-Corporations**. Harvard Business Review, v. 17, 2016.

MARANGONI, Nelsom. **Sustentabilidade: Hoje ou Amanhã?** II Fórum IBOPE – Negócios Sustentáveis, setembro de 2007. Disponível em: <http://www4.ibope.com.br/forumibope/pesquisa/ibope_sustentabilidade_set07.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2018

MELO, C. M.; GOMES, E. R. **ISO 26000: Uma análise da norma internacional de Responsabilidade Social**. 3º SEGET-Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, Resende. Anais do 3º SEGET. Resende, 2006.

MOLINA, Natalia Sanchez. **Marketing social e certificações socioambientais: Uma análise no contexto do etanol brasileiro**. 2010. 128 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da engenharia ambiental)- Escola de engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2010. Disponível em:

<<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18139/tde-09112010-133900/pt-br.php>>.

Acesso em: 16 maio 2018.

MUNCK, L.; SOUZA, R. B. **Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade organizacional: a hierarquização de caminhos estratégicos para o desenvolvimento sustentável**. Revista Brasileira de Estratégia, v. 2, n. 2, p. 185-202, 2009.

NIELSEN, F. A. G.; OLIVO, R. L. F.; MORILHAS, L. J. **Guia Prático Para Elaboração De Monografias, Dissertações E Teses Em Administração** . 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2017. 224 p.

ORCHIS, M. A.; YUNG, M. T.; MORALES, S. C. **Impactos da responsabilidade social nos objetivos e estratégias empresarias**. In: GARCIA, Bruno Gaspar et al.. Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades. São Paulo: Peirópolis, 2002.

PAIZINHO, C. A. D. C.; **Pode a economia ser mais solidária? O caso das empresas B**. ISCTE – IUL, 2015.

SAMPIERI, R. H. ; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de pesquisa** . 5. ed. [S.l.]: Penso, 2015. 624 p.

SEVERINO, Joaquim Antonio. **Metodologia do trabalho científico** . 23. ed. [S.l.]: Cortez, 2007. 304 p.

SISTEMA B. **Institucional**. Disponível em: <www.sistemab.org> . Acesso em: 25 mar. 2018

Toldo, Mariesa. **Responsabilidade social empresarial**. In: GARCIA, Bruno Gaspar et al.. Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades. São Paulo: Peirópolis, 2002.