

ANÁLISE DAS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NOS SETORES METALÚRGICO E DE MINERAÇÃO NO BRASIL

CÂNDIDO FERREIRA DA SILVA FILHO
PUC CAMPINAS

RAFAEL MERCADANTE VIOTTI
PUC CAMPINAS

SAMUEL CARVALHO DE BENEDICTO
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS

CIBELE ROBERTA SUGAHARA
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS

ANÁLISE DAS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NOS SETORES METALÚRGICO E DE MINERAÇÃO NO BRASIL

RESUMO

O objetivo desse artigo foi conhecer as ações de responsabilidade social das indústrias metalúrgica e de mineração no Brasil, além das contribuições para a proteção do meio ambiente, promoção do desenvolvimento social e comunitário, condições dignas trabalho e renda, e fortalecimento dos direitos humanos, como parte da estratégia competitiva. A pesquisa se caracteriza como exploratória e descritiva, sendo desenvolvida a partir de levantamento bibliográfico e documental em websites corporativos e relatórios de sustentabilidade. Os resultados revelam o conjunto das características da responsabilidade social dos setores metalúrgico e de mineração no Brasil, e a articulação da responsabilidade social com a estratégia competitiva.

Palavras-chave: responsabilidade social; responsabilidade ambiental; desenvolvimento social e comunitário; direitos humanos; emprego e renda; metalurgia e mineração.

1. Introdução

1.1. Conceito de responsabilidade social

O conceito de responsabilidade social ganha importância com a obra de Howard Bowen (1953), que defendeu a ideia da responsabilidade social como uma obrigação do empresário, pois as empresas impactam a vida dos cidadãos em muitos aspectos. Assim, o empresário possui a obrigação moral de adotar práticas desejáveis segundo os valores da sociedade.

Todavia, havia aqueles com posição contrária. Milton Friedman (1962), por exemplo, entendia que a responsabilidade social era oposta aos fundamentos do capitalismo. O autor defendia que a única responsabilidade social nos negócios era aumentar os lucros, numa competição aberta, livre e sem fraudes.

A partir das décadas de 1950 e 1960, o conceito de responsabilidade social passou a ser mais bem compreendido por toda a sociedade. Friedman (1970) retomou a discussão sobre a responsabilidade social, e afirmou que as ações de responsabilidade social são aceitáveis, uma vez que algumas delas elevam os lucros no longo prazo. Entretanto, elas somente devem ser feitas se atenderem aos interesses da empresa praticante. Holmes (1976), por exemplo, demonstrou que muitos gerentes estavam dispostos a abraçar a responsabilidade social corporativa

porque atendiam aos interesses das empresas. Dahlsrud (2008), por sua vez, demonstrou que as empresas possuem incentivos como, por exemplo, melhorar a imagem da empresa, para implementar ações de responsabilidade social. Houve a compreensão de que as ações de responsabilidade social atendem aos interesses da firma. Praticá-las pode elevar os lucros no longo prazo.

Todavia, segundo Carrol (1979), o conceito de responsabilidade social incorpora outras preocupações, indo além da lucratividade. Aos requisitos legais e econômicos a responsabilidade social agrega as atividades de voluntariado e a preocupação com o sistema social mais amplo. Decorre daí, na interpretação de Carrol (1979), que a responsabilidade social envolve as categorias econômica, legal, ética e discricionária. Assim, o modelo conceitual indica que o desempenho econômico é apenas uma das preocupações da responsabilidade social nos negócios.

Isso porque, como proposto por Jones (1980), a responsabilidade social diz respeito às obrigações das empresas com os grupos constituintes da sociedade, exceto os acionistas, e que não sejam prescritos por leis ou acordos sindicais. Em outros termos, não é possível separar as empresas da sociedade na qual operam. Estratégias e demais objetivos econômicos dependem do meio socioambiental em que a empresa está inserida. Assim, a empresa deve atuar numa zona em que os objetivos sociais e econômicos sejam convergentes (PINHEIRO, 2012).

Outro marco na evolução do conceito de responsabilidade social empresarial foi a publicação sobre o tema pela Comissão das Comunidades Europeias do Livro Verde (2001). Assim, responsabilidade social empresarial pode ser entendida como:

A responsabilidade social das empresas é, essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo [...] Esta responsabilidade manifesta-se em relação aos trabalhadores e, mais genericamente, em relação a todas as partes interessadas afetadas pela empresa e que, por seu turno, podem influenciar os seus resultados (COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS, 2001, p. 4).

Logo, a responsabilidade social é um dever da empresa que, por meio de suas ações demonstra que está disposta a contribuir para o desenvolvimento social e proteção do meio ambiente.

1.2. Responsabilidade social e estratégia

Para Faria e Sauerbronn (2008), as ações de responsabilidade social são justificadas por um conjunto de motivos, desde a obtenção de vantagens competitivas e superação dos concorrentes no longo prazo, até o desenvolvimento de novos produtos e serviços.

Segundo Keith Davis (1973), aquelas empresas que não estão dispostas a financiar ações de responsabilidade social, especialmente as grandes, irão, a longo prazo, perder a sua participação no mercado para aquelas que satisfazem à demanda crescente da população por ações dessa natureza. Porter e Kramer (2006) entendem que, muito mais que um custo, a responsabilidade social pode ser uma fonte de oportunidade, inovação e vantagem competitiva.

Portanto, a responsabilidade social tem papel importante dentro da estratégia competitiva nos negócios. Os estudos de Galbreath (2009) e McManus (2008) apontam que o alinhamento da responsabilidade social com a estratégia da empresa ocorre em todo o mundo.

No que diz respeito ao setor de mineração, Hilson (2012) afirma que poucas atividades possuem um impacto ambiental tão grande, além de tamanha influência sobre a sociedade, quanto as indústrias de mineração, petróleo e gás. Porém, na maioria dos países em desenvolvimento, essas indústrias contribuíram pouco para o progresso da sociedade. Em regiões empobrecidas, essas empresas assumiram poucas responsabilidades sociais. Hilson (2012) afirma que as empresas de maior porte poderiam ser mais engajadas com a responsabilidade social, por terem mais recursos e, muitas vezes, impactos negativos significativos.

Além disso, ao criar padrão elevado para a responsabilidade social, as empresas líderes, exemplo para as demais, estimulam o comprometimento de toda a sociedade com as ações sociais. No caso do Brasil, as empresas dos setores metalúrgico e de mineração possuem engajamento social, entre outras coisas, porque têm expressivo impacto ambiental.

Empresas dos setores metalúrgico e de mineração possuem externalidades negativas pronunciadas, e necessitam de um esforço excepcional para minimizar os impactos do sistema produtivo sobre a natureza e o meio ambiente, e criar uma

imagem positiva. Por conseguinte, a responsabilidade social é parte da estratégia competitiva do setor estudado.

Assim, as perguntas para essa pesquisa são: como as empresas brasileiras dos setores metalúrgico e de mineração comunicam a sua responsabilidade social? Como se dá a articulação da responsabilidade social com a estratégia empresarial?

A premissa é que as empresas das indústrias metalúrgica e de mineração, além de ofertar empregos e renda, e maximizarem os lucros, face o seu poder de influência sobre as comunidades, desenvolvem ações com o propósito de proteger o meio ambiente, promover o desenvolvimento social e comunitário, ofertar trabalho e renda dignos, e fortalecer os direitos humanos. Ações sociais dessa natureza contribuem para a construção de uma imagem positiva, e possibilitam às organizações crescer de forma sustentada.

2. Objetivos

2.1. Objetivo geral

Conhecer as ações de responsabilidade social das indústrias metalúrgica e de mineração no Brasil, e as contribuições para a proteção do meio ambiente, promoção do desenvolvimento social e comunitário, oferta de trabalho e renda dignos, e fortalecimento dos direitos humanos, como parte da estratégia competitiva.

2.2. Objetivos específicos

- Registrar as ações de responsabilidade social das indústrias brasileiras de metalurgia e mineração;
- Conhecer as ações das indústrias metalúrgica e de mineração para proteger o meio ambiente, promover o desenvolvimento social e comunitário, oferecer condições dignas de trabalho e renda, e fortalecer os direitos humanos; e
- Discutir a articulação das ações de responsabilidade social com a estratégia das empresas das indústrias metalúrgica e de mineração.

3. Metodologia

3.1. Características da pesquisa

A pesquisa se caracteriza, em primeiro lugar, como qualitativa. Segundo Gil (2008), a pesquisa qualitativa busca a explicação sistemática de fatos que ocorrem no contexto social que, geralmente, se encontram relacionados a uma multiplicidade de variáveis. É apropriada quando se busca estudar a subjetividade, as crenças, os valores, as atitudes, as relações e práticas sociais, as estratégias, os modelos de gestão e as mudanças ocorridas no contexto organizacional, social, político e econômico.

A pesquisa também é exploratória, pois se caracteriza por possibilitar o aumento da experiência em torno de determinado tema (TRIVINOS, 2010). Ademais, é um trabalho descritivo. Segundo Trivinos (2010), pesquisas desse tipo descrevem com exatidão os fatos e fenômenos de determinada realidade, o que configura um dos objetivos dessa pesquisa, ao buscar conhecer as ações sociais das indústrias brasileiras de metalurgia e mineração.

Essa pesquisa também pode ser classificada como bibliográfica e documental, pois foi realizada a partir das informações públicas, veiculadas nos websites das empresas metalúrgicas e de mineração.

Foram estudadas as maiores empresas das indústrias metalúrgica e de mineração do Brasil. As empresas selecionada (Tabela 1) foram aquelas presentes na lista das 100 maiores empresas do Brasil, com base na receita líquida do setor, em 2017, como publicado no ranking Valor (2018). Foram selecionadas as empresas: Vale; Gerdau; Arcelormittal Brasil; CSN; Usiminas; Nexa Resources; e Novelis. Os dados foram coletados nos websites das empresas, nos meses de abril e maio de 2019.

TABELA 1. Ranking do setor metalúrgico e de mineração, Brasil, 2017.

Empresa	Setor	Origem capital	Receita líquida R\$ milhões
Vale	Metalurgia e mineração	Brasil	108.532,0
Gerdau	Metalurgia e mineração	Brasil	36.917,6
Arcelormittal Brasil	Metalurgia e mineração	Espanha	20.317,6
CSN	Metalurgia e mineração	Brasil	18.524,6
Usiminas	Metalurgia e mineração	Argentina – Brasil – Japão	10.734,1
Nexa Resources	Metalurgia e mineração	Brasil	7.828,0
Novelis	Metalurgia e mineração	Índia	5.980,6

Fonte: Valor. Ranking Valor 1000. Nº 18, Ano 18, agosto 2018, p. 88-91.

3.2 Coleta e análise dos dados

A coleta e análise dos dados descritivos foi realizada com base nos indicadores propostos por Branco et al (2014). Os itens analisados foram: código de ética e/ou conduta; link para seção responsabilidade social corporativa; detalhamento dos projetos de responsabilidade social corporativa; resultados dos projetos de responsabilidade social corporativa; clipes de imprensa e artigos relacionados à temática responsabilidade social corporativa; link para o relatório de sustentabilidade e/ou Global Reporting Initiative (GRI); prêmios e a presença em rankings com foco em responsabilidade social corporativa; e participação em fundações e/ou associações dedicadas a responsabilidade social corporativa.

A análise das ações sociais e sua articulação com a estratégia tomou como referência o estudo da United Nations Economic Commission for Africa, (2011), que discutiu as iniciativas de responsabilidade social da indústria mineral na África, e apontou que as ações de responsabilidade social geralmente são articuladas em quatro áreas: (a) o Meio Ambiente; (b) Desenvolvimento Social e Comunitário; (c) Trabalho e Renda; e, (d) Direitos Humanos. Estudamos os relatórios de sustentabilidade das empresas das indústrias metalúrgica e de mineração, com o propósito de identificar as ações sociais nessas áreas.

4. Resultados

4.1. Análise descritiva

Como pode ser visto no Quadro 1, as empresas estudadas consideram relevantes suas ações de responsabilidade social, na medida em que, todas elas, apresentam link na página principal do seu website para as iniciativas nesse campo. Isso sugere que o engajamento nas ações sociais é de grande importância para as maiores empresas de metalurgia e mineração no Brasil, como já demonstrado, por exemplo, por Silva Filho et al (2019) ao estudarem o setor farmacêutico brasileiro.

Quadro 1. Comunicação da responsabilidade social (RS) das empresas dos setores metalúrgico e de mineração. Brasil, 2019.

Firma	Código ética / conduta	Link RS	Detalhamento projetos RS		Resultados projetos RS		Clipes imprensa	Relatórios RS / GRI	Prêmios / rankings RS	Participação fundações RS
			Envolvimento comunidade / filantropia	Práticas responsáveis	Envolvimento comunidade / filantropia	Práticas responsáveis				
Vale	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Gerdau	X	X	X	X	X	X	X	X		
Arcelormittal Brasil	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CSN	X	X	X	X	X	X		X		X
Usiminas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Nexa Resources	X	X	X	X		X	X	X	X	
Novelis	X	X	X	X		X	X	X	X	

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa.

Como mencionado por Hilson (2012), nos países desenvolvidos existem pressões "invisíveis", que levam as empresas a adotarem práticas voluntárias de responsabilidade social. Entretanto, essas pressões são menores nas nações em desenvolvimento. Ainda assim, as maiores empresas brasileiras dos setores de metalurgia e mineração desenvolvem ações de responsabilidade social, o que indica a importância da responsabilidade social na estratégia competitiva nos setores. Todas as empresas pesquisadas disponibilizaram o código de ética e/ou conduta (Quadro 1).

Silva Filho et al (2019) argumentam que o código de ética estabelece os padrões de comportamento aplicado aos empregados e, também, a terceiros, como fornecedores e clientes, estabelecendo as bases para as ações de responsabilidade social.

No que diz respeito aos setores metalúrgico e de mineração, os códigos de ética e/ou conduta apresentam grande variedade e amplitude, pois tratam desde práticas de produção consciente, até requisitos humanitários e sustentáveis exigidos aos fornecedores. Evidentemente, isso reflete o compromisso das empresas com as ações de responsabilidade social, haja vista que o código de ética e/ou conduta define as bases para as ações de responsabilidade social. Efetivamente, as ações de

responsabilidade social podem ser interpretadas apenas como instrumento de relações públicas e/ou marketing, se praticadas por uma empresa que agride os valores éticos da sociedade.

No que diz respeito ao detalhamento dos projetos de responsabilidade social, todas as empresas estudadas mostraram no website o envolvimento com a comunidade, as ações de filantropia e as práticas responsáveis (Quadro 1), entre outras coisas. Isso evidencia a importância atribuída pelas empresas à responsabilidade social.

Contudo, na apresentação dos resultados das ações sociais existem oportunidades de melhorias. As pessoas devem conhecer os resultados das ações sociais de forma fácil e compreensível. A disponibilidade do relatório GRI é importante, pois é instrumento de referência utilizado para apresentar tais resultados. Por conseguinte, é importante realizar esforços com o propósito de disponibilizar e aproximar o relatório de sustentabilidade das empresas estudadas ao padrão GRI.

No Brasil, onde a corrupção é desenfreada e a legislação que disciplina as atividades empresariais é fraca, as empresas precisam aperfeiçoar a sua capacidade de se autorregular. Decorre daí, a importância de se elaborar e facilitar o acesso aos relatórios de sustentabilidade. Entendemos que a responsabilidade social é relevante para as empresas estudadas e precisa ser mais que um instrumento de relações públicas. Para tanto, na medida em que crescer o monitoramento das ações sociais pelos consumidores brasileiros, as pressões sobre as empresas aumentarão e a prestação de contas, por meio dos relatórios de sustentabilidade, tende a se tornar mais efetiva.

No que diz respeito às empresas estudadas, com exceção da CSN, todas as demais possuem uma página no website com clipes para a imprensa e publicações sobre ações de responsabilidade social. No que diz respeito aos prêmios, somente as empresas CSN e Gerdau não informaram ter o reconhecimento por suas ações sociais e ambientais (Quadro 1).

Os resultados indicam que as empresas estudadas precisam dar mais atenção ao trabalho desenvolvido por instituições e/ou fundações voltadas à responsabilidade social e ambiental (Quadro 1). O apoio às instituições que tem por missão transformar a vida das comunidades e outros grupos sociais vulneráveis deve ser apoiado, pois pode ter impacto positivo na imagem das empresas patrocinadoras.

A análise descritiva mostra que as empresas dos setores metalúrgico e de mineração comunicam e demonstram o seu comprometimento com as ações de responsabilidade social. Todavia, existem limitações no relato dos resultados e no apoio às fundações sociais. A hipótese levantada para explicar tal comportamento é que as pressões originárias das regulamentações ambientais, sindicatos e consumidores são relativamente fracas.

4.2. Análise dos relatórios de sustentabilidade

As empresas Vale, Gerdau, Arcelormittal, Usiminas, Nexa Resources e Novelis, possuem link no website corporativo para o relatório de sustentabilidade. A CSN informa que utiliza critérios de mapeamento dos impactos ambientais, sociais e econômicos de acordo com as diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI), para todas as suas operações. Todavia, o relatório não está disponível no website corporativo. Entretanto, a empresa disponibiliza um conjunto de informações sobre responsabilidade social e ambiental no website corporativo.

4.2.1. Meio Ambiente

O quesito meio ambiente é especialmente relevante para as empresas dos setores de metalurgia e mineração, uma vez que suas atividades possuem elevado impacto ambiental. Esses setores demandam grandes volumes de recursos naturais, e falhas no desenvolvimento das atividades operacionais têm elevado potencial de prejudicar o meio ambiente e impor custos a toda sociedade. Desastres ambientais, como aqueles ocorridos no Brasil em Mariana, sob a responsabilidade da empresa Samarco (MPF, s.d.), e de Brumadinho, com a participação da mineradora Vale (PASSARINHO, 2019), requerem elevados investimentos para a reparação dos danos ambientais e sociais, e, também, na recuperação da imagem da empresa.

Examinando os relatórios de sustentabilidade, verificamos que as empresas estudadas procuram evidenciar o seu compromisso com a proteção ambiental. Para tanto, as empresas Vale, Gerdau, Arcelormittal, Usiminas e Nexa Resources informam os gastos com as ações ambientais, destacando, inclusive, os investimentos voluntários daqueles realizados por exigência legal, decorrentes, por exemplo, de termos de ajustamento de conduta, celebrados com órgãos governamentais.

Apesar dos esforços das empresas estudadas com a proteção do meio ambiente, resta evidente as possibilidades de melhorias. Isto porque, no caso da Vale, houve redução, em termos nominais, nos investimentos socioambientais, entre 2016 e 2018. Na Arcelormittal, grande parte dos investimentos socioambientais foram realizados por exigência da assinatura do Termo de Compromisso Ambiental Preliminar com o Ministério Público Federal e do Estado do Espírito Santo, em fins de 2017.

Nos relatórios de sustentabilidade das empresas CSN e Novelis, constam metas e ações sociais e ambientais. Entretanto, não apresentam os investimentos realizados de forma detalhada. Efetivamente, os relatórios de sustentabilidade dessas empresas não revelam os seus compromissos com a sustentabilidade.

De qualquer forma, a análise dos relatórios de sustentabilidade indica que os investimentos anunciados para a proteção ambiental estão voltados, sobretudo, para a eficiência operacional. Constatamos que os investimentos destinados ao meio ambiente estão concentrados em obras e reformas para melhorar os controles ambientais das plantas industriais. Outros investimentos são dirigidos para a educação ambiental, reciclagem, preservação da fauna e flora e reflorestamento, entre outras. Quanto à motivação para os investimentos em proteção do meio ambiente, sendo parcela expressiva realizada por exigência legal, fica evidente a relevância das regulamentações como instrumento de pressão.

A responsabilidade social é caracterizada por ações concretas que trazem benefícios à sociedade, ao meio ambiente e ao público interno da empresa. Decorre daí a importância do detalhamento das ações sociais, dos resultados e investimentos realizados, que precisam constar nos relatórios de sustentabilidade.

4.2.2. Desenvolvimento social e comunitário

Todas as empresas estudadas apresentaram informações sobre as ações voltadas ao desenvolvimento social e comunitário. Para combater as injustiças sociais as empresas oferecem apoio às instituições filantrópicas. Isto parece ser, na percepção dessas empresas, importante para a construção de uma imagem positiva. O apoio às instituições filantrópicas é um meio para demonstrar o envolvimento com as comunidades locais e, além disso, contribui para o progresso social e cultural do país.

Examinando os relatórios de sustentabilidade, constatamos que as empresas realizam investimentos sociais em áreas como educação, saúde, cultura, esporte, empreendedorismo, entre outras. Para tanto, utilizam recursos próprios e, também, recorrem às leis de incentivo fiscal. A Nexa Resources, por exemplo, informa que, em 2017, 44% dos recursos aplicados em investimento social foram incentivados.

Contudo, os relatórios de sustentabilidade podem ser mais detalhados, apresentado, por exemplo, os recursos investidos em cada projeto, o número de beneficiados, e os resultados alcançados. Acreditamos ser importante as empresas explicitarem as razões para os investimentos realizados, como faz a Arcelormittal, que afirma concentrar os investimentos sociais em educação para atender à demanda pela melhoria da formação geral dos jovens e crianças.

De qualquer forma, empresas como Vale, Gerdau, Arcelormittal, Usiminas, Nexa Resources e CSN apresentaram os valores dispendidos em ações voltadas ao desenvolvimento social e comunitário. A empresa Novelis relatou iniciativas sociais sem apresentar os valores dos investimentos realizados.

4.2.3. Emprego e renda

A sociedade espera que as empresas ofereçam condições de trabalho dignas aos seus funcionários, com salários justos e sem discriminação de qualquer natureza.

A Vale privilegiou, no relatório de sustentabilidade, a temática saúde e segurança ocupacional. Seguramente, o tratamento dispensado aos funcionários influencia as decisões das partes interessadas. No caso da Vale, essa temática é relevante face o rompimento da Barragem I da mina Córrego do Feijão, em janeiro de 2019, que resultou na morte de centenas de pessoas (PASSARINHO, 2019). A empresa se propôs, então, a realizar a revisão crítica dos protocolos e ferramentas de segurança, visando a redução dos riscos ocupacionais dos empregados.

Empresas como Gerdau, Usiminas, Arcelormittal e Nexa Resources apresentam os fundamentos da política de gestão de pessoas, e procuram ser transparentes quanto ao modelo de gestão dos recursos humanos. Disponibilizam dados sobre o tipo de contrato de trabalho, empregados por faixa salarial, empregados por faixa etária, rotatividade da mão de obra, empregados por categoria funcional, entre outras. Além disso, apresentam essas informações por gênero. Os dados indicam que tem crescido a participação feminina no quadro de pessoal e,

especificamente, em cargos gerenciais e com nível superior. A Nexa Resources, por exemplo, assumiu o compromisso de atingir 20% de mulheres em toda a empresa até 2025. Isso é relevante e deve ser apoiado, face às desigualdades de gênero existentes no Brasil. A Gerdau, por sua vez, disponibiliza dados por etnia, o que é uma informação importante para se acompanhar, ao longo do tempo, os esforços da empresa com o propósito de reduzir a discriminação por raça.

Já os relatórios de sustentabilidade das empresas CSN e Novelis nada revelam de significativo sobre os esforços para oferecer tratamento justo aos funcionários, igualdade de oportunidades no desenvolvimento da carreira, políticas que visem impedir a discriminação de gênero, raça, idade, religião e outros.

4.2.4. Direitos humanos

O artigo primeiro da Constituição do Brasil estabelece que a República se constitui em Estado Democrático de Direito, e tem como fundamentos, entre outras coisas, a dignidade da pessoa humana. O artigo quinto esclarece que todos os cidadãos são iguais perante a lei, e têm direito à inviolabilidade da vida, à liberdade, à igualdade, à segurança (CONSTITUIÇÃO FEDERAL, 1988).

Por conseguinte, o respeito aos direitos humanos é elemento fundamental na organização da sociedade brasileira. Nesse sentido, as empresas brasileiras se veem obrigadas a respeitar e tomar iniciativas com o propósito de fazer respeitar os direitos humanos de todos os cidadãos.

As empresas Vale, Arcelormittal, Usiminas e Nexa Resources abordam a temática direitos humanos nos relatórios de sustentabilidade. Fundamentalmente, anunciam políticas de respeito aos direitos humanos e exigem dos fornecedores que não utilizem trabalho infantil ou escravo, ofereçam um ambiente de trabalho seguro e saudável, assegurem a liberdade para associação e a não discriminação por gênero, raça, classe social, nacionalidade, religião, entre outros.

As empresas Gerdau, CSN e Novelis deixaram de tratar dessa temática no relatório de sustentabilidade. Efetivamente, para fazer da responsabilidade social um instrumento relevante na construção do diferencial competitivo, essas empresas precisam demonstrar maior preocupação com o respeito aos direitos humanos e ao fornecimento responsável.

4.3. Articulação entre responsabilidade social e estratégia

De acordo com a literatura, a responsabilidade social está diretamente ligada à estratégia. Carroll e Shabana (2010), Faria e Sauerbronn (2008), Barnett (2007) demonstraram que a responsabilidade social fortalece os laços com clientes, governo, investidores, ativistas e outros, criando relacionamentos positivos e melhorando a reputação. Além disso, as ações de responsabilidade social elevam o valor percebido da empresa, e contribuem para a sobrevivência e sucesso dos negócios, e a obtenção de maiores lucros no longo prazo.

Green e Peloza (2011), por sua vez, comprovaram que os consumidores enxergam de forma positiva as ações de responsabilidade social. Os autores verificaram que os consumidores valorizam, sobretudo, atributos sociais ou ambientais das ações de responsabilidade social.

Diante do exposto, ao examinar os relatórios de sustentabilidade constatamos que as empresas Vale, Gerdau, Arcelormittal, Usiminas e Nexa Resources parecem utilizar as ações sociais com o propósito de melhorar a reputação e fortalecer os laços com as partes interessadas. Efetivamente, os relatórios de sustentabilidade detalham o envolvimento das partes interessadas e apontam as questões prioritárias em termos de responsabilidade social e sustentabilidade para cada uma das empresas.

A sociedade espera das empresas responsabilidades que vão além da geração de riquezas para os seus acionistas, investidores e dirigentes. Em verdade, esperam das empresas compromisso com o desenvolvimento social. Os relatórios de sustentabilidade mostram esforços das empresas com o propósito de elevar o bem-estar das partes interessadas. Assim, empresas e sociedade parecem estabelecer relações de trocas virtuosas. Por conseguinte, a responsabilidade social parece ser uma ferramenta importante para a construção da vantagem competitiva dessas empresas.

5. Conclusão

É possível afirmar que as empresas dos setores metalúrgico e de mineração entendem ser relevantes as ações de responsabilidade social, pois demonstraram interesse em realizar e comunicar as suas iniciativas nessa área. Efetivamente, utilizam o website corporativo para informar as suas ações sociais, disponibilizando desde o código de ética, até os relatórios de sustentabilidade.

Aspecto crítico diz respeito à comunicação dos resultados das ações sociais, tanto no website corporativo, como por meio dos relatórios de sustentabilidade. Importante oportunidade de melhoria diz respeito à realização de esforços com o propósito de publicar os resultados econômicos e ambientais de acordo com as orientações Global Reporting Initiative (GRI). Através do GRI as empresas podem esclarecer acerca do papel da responsabilidade social e da sustentabilidade na sua estratégia competitiva, bem como o valor que pretendem retornar para funcionários, acionistas e sociedade.

Examinando as ações de responsabilidade social das indústrias metalúrgica e de mineração para a proteção do meio ambiente, promoção do desenvolvimento social e comunitário, geração de emprego e renda, e fortalecimento dos direitos humanos, constatamos que a maioria, isso é, cinco dentre as sete empresas estudadas, foram bastante transparentes em relação às suas iniciativas e aos resultados alcançados. Resulta daí que essas empresas parecem utilizar a responsabilidade social como meio para a construção do diferencial competitivo. Nesses casos, a responsabilidade social está diretamente ligada à estratégia.

No que diz respeito às limitações dessa pesquisa, em primeiro lugar, a amostra ficou restrita a poucas e grandes empresas. Sendo a amostra maior e incorporando empresas de menor porte, os riscos de distorção dos resultados seriam menores. Outra limitação diz respeito à pesquisa documental, que ficou restrita às informações disponíveis no website corporativo. Outras formas de comunicação da responsabilidade social merecem ser estudadas. Além disso, a subjetividade na captura das informações pode interferir nos resultados. Essa limitação foi minimizada face o tamanho da amostra, o porte das empresas e a observação do contexto social.

Finalmente, pesquisas futuras devem ampliar número e porte das empresas estudadas. Outros meios para comunicação da responsabilidade social também devem ser analisados, assim como o conteúdo das informações divulgadas. A ampliação da compreensão do fenômeno da comunicação da responsabilidade social requer, ainda, o acompanhamento no tempo e a avaliação qualitativa do conteúdo do site corporativo das empresas dos setores metalúrgico e de mineração no Brasil.

REFERÊNCIAS

BARNETT, M.L. Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility. **Academy of Management Review**, 32, pp. 794–816, 2007.

BOWEN, H. R. **Social responsibilities of the business man**. New York, Harper & Row, 1953.

BRANCO, M. C.; DELGADO, C.; SÁ, M.; SOUSA, C. Comparing CSR communication on corporate web sites in Sweden and Spain. **Baltic Journal of Management**, v. 9, n. 2, p.231-250, 2014.

BRASIL. **Constituição Federal (1988)**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 28 de junho de 2019.

CARROLL, A. B.; SHABANA, K. M. The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. **International Journal of Management Reviews**. v. 12, n. 1, p. 85-105, 2010.

CARROLL, A. B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Social. **The Academy of Management Review**, v. 4, n. 4, p. 497-505, October 1979.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. **Livro Verde: promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas**. Bruxelas, 2001.

DAHLSTRUD, A. How Corporate Social Responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, v. 15, n. 1, p. 1–13, 2008.

DAVIS, K. Can business afford to ignore social responsibilities? **California Management Review**, v. 2, p. 70-76, 1960.

FARIA, A.; SAUERBRONN, F. F. A Responsabilidade Social é uma Questão de Estratégia? Uma abordagem crítica. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 1, p. 07-33, jan./fev. 2008.

FRIEDMAN, M. The social responsibility of business is to increase its profits. **The New York Times Magazine**, Sept. 13, 1970.

FRIEDMAN M. **Capitalism and Freedom**. Chicago, IL: University of Chicago Press; 1962.

GALBREATH, J. Building corporate social responsibility into strategy. **European Business Review**, v. 21, n. 2, p.109-127, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo, Atlas, 2008.

GREEN, T.; PELOZA, J. How does corporate social responsibility create value for consumers? **Journal of Consumer Marketing**, v. 28, n. 1, p.48-56. 2011.

HILSON, G. Corporate Social Responsibility in the extractive industries: Experiences from developing countries. **Resources Policy**, v. 37, 131–137, 2012.

HOLMES, S.L. Executive perceptions of Corporate Social Responsibility. **Business Horizons**, v. 19, n. 3, p. 34–40, 1976.

JONES, T.M. Corporate Social Responsibility revisited, redefined. **California Management Review**, v. 22, p. 59–67, 1980.

McMANUS, T. The business strategy/corporate social responsibility “mash-up”. **Journal of Management Development**, v. 27, n. 10, p. 1066–1085, 2008.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. **Grandes Casos. Caso Samarco**. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/caso-samarco>. Acesso em 12 de junho de 2019.

PASSARINHO, N. **Tragédia com barragem da Vale em Brumadinho pode ser a pior no mundo em 3 décadas**. BBC News Brasil, 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47034499>. Acesso em 14 de junho de 2019.

PINHEIRO, S. M. D. **Responsabilidade social empresarial: uma abordagem atual**. Dissertação (Mestrado em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico). Faculdade de Engenharia, Universidade do Porto, 2012.

PORTER, M.E.; KRAMER, M.R. Strategy & society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. **Harvard Business Review**, v. 84, p. 78–92, 2006.

SILVA FILHO, C. F.; BENEDICTO, S. C.; SUGAHARA, C. R.; GEORGES, M. R. R. Corporate Social Responsibility of Pharmaceutical Industry in Brazil. **INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCE (ONLINE)**, v. 9, p. 40-50, 2019.

UNITED NATIONS ECONOMIC COMMISSION FOR AFRICA. **Minerals and Africa's Development**. Addis Ababa, Ethiopia, 2011.

VALOR. **Ranking Valor 1000**. Nº 18, Ano 18, agosto 2018.

TRIVINOS, A. N. S. **Introdução à Pesquisa de Ciências Sociais**. 1. ed., 17 reimp. São Paulo, Atlas, 2010.