

Curso de Graduação em

# Ciências Contábeis a distância

## CONTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL

*Irineu Afonso Frey  
Marcia Rosane Frey  
Hans Michael Van Bellen*



Universidade Federal de Santa Catarina  
Centro Sócio-Econômico  
Departamento de Ciências Contábeis



---

F893c Frey, Irineu Afonso

Contabilidade e Responsabilidade Social / Irineu Afonso Frey, Marcia Rosane Frey, Hans Michael Van Bellen. - Florianópolis : Departamento de Ciências Contábeis / UFSC, 2015.

126p. : il

Curso de Graduação em Ciências Contábeis

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-62894-60-2

1. Contabilidade. 2. Responsabilidade Social. 3. Sustentabilidade. 4. Educação a Distância. I. Marcia Rosane Frey. II. Hans Michael Van Bellen. III. Universidade Federal de Santa Catarina/Departamento de Ciências Contábeis. IV. Título.

CDU: 657

---

## **GOVERNO FEDERAL**

**Presidente da República** – Dilma Vana Rousseff  
**Ministro da Educação** – Aloizio Mercadante  
**Diretor de Educação a Distância da CAPES** – Jean Marc Georges Mutzig

## **UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA**

**Reitora** – Roselane Neckel  
**Vice-Reitora** – Lúcia Helena Pacheco  
**Pró-Reitor de Administração** – Antonio Carlos Montezuma Brito  
**Pró-Reitora de Assuntos Estudantis** – Denise Cord  
**Pró-Reitor de Pesquisa** – Jamil Assereuy Filho  
**Pró-Reitor de Extensão** – Edison da Rosa  
**Pró-Reitora de Pós-Graduação** – Joana Maria Pedro  
**Pró-Reitor de Graduação** – Julian Borba  
**Pró-Reitor de Planejamento e Orçamento** – Antonio Cezar Bornia  
**Secretário de Aperfeiçoamento Institucional** – Airton L. Cerqueira Leite Seelaender  
**Secretária de Cultura** – Zilma Gesser Nunes  
**Secretária Especial da Secretaria Gestão de Pessoas** – Elci Terezinha de Souza Junckes  
**Secretário de Relações Internacionais** – Luiz Carlos Pinheiro Machado Filho  
**Coordenadora UAB/UFSC** – Sonia Maria Silva Correa de Souza Cruz

## **CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO**

**Diretora** – Elisete Dahmer Pfitscher  
**Vice-Diretor** – Rolf Hermann Erdman

## **DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**Chefe do Departamento** – Luiz Felipe Ferreira  
**Subchefe do Departamento** – Joisse Antonio Lorandi  
**Coord. Geral do Curso de Graduação na modalidade a distância** – Luiz Felipe Ferreira  
**Coordenadora de Educação a Distância** – Eleonora Milano Falcão Vieira  
**Coordenador de Tutoria** – Altair Borgert  
**Coordenador de Pesquisa** – Darci Schnorrenberger  
**Coordenador de TCC** – Marcelo Dutra  
**Coordenador de Ambiente Virtual de Ensino e Aprendizagem** – Irineu Afonso Frey  
**Coordenador Financeiro** – Erves Ducati  
**Coordenador Pedagógico** – Ernesto Fernando Rodrigues Vicente

## **EQUIPE DE PRODUÇÃO DE MATERIAL**

**Coordenação de Design Instrucional** – Andreia Mara Fiala

**Design Instrucional** – Jimena de Mello Heredia

**Revisão Textual** – Giovana Spiller

**Coordenação de Design Gráfico** – Francielli Schuelter

**Design Gráfico** – Fabrício Sawczen

**Ilustrações** – Fabrício Sawczen

**Design de Capa** – Guilherme Dias Simões

Felipe Augusto Franke

Steven Nicolás Franz Peña

**Projeto Editorial** – Guilherme Dias Simões

Felipe Augusto Franke

Steven Nicolás Franz Peña

## SUMÁRIO

### UNIDADE 1 - CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS ORGANIZAÇÕES..... 10

- 1.1 Evolução Histórica .....11
- 1.2 Conceitos e Características ..... 14

### UNIDADE 2 - INDICADORES E FERRAMENTAS DE ADEÇÃO E MONITORAMENTO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE NOS NEGÓCIOS.....20

- 2.1 Indutores de Responsabilidade Social e Sustentabilidade nos Negócios21
- 2.2 Norma Accountability (AA) 1000 .....22
- 2.3 Norma Social Accountability (SA) 8000 .....24
- 2.4 ABNT – NBR 16001 e ISO 26000 da Responsabilidade Social .....26
- 2.5 Indicadores Ethos de responsabilidade social e negócios sustentáveis28
- 2.6 Metas do Milênio e Pacto Global .....30
  - Direitos Humanos.....31
  - Trabalho .....31
  - Meio Ambiente .....31
  - Combate à Corrupção ..... 32

### UNIDADE 3 - RELATÓRIOS SOCIAIS .....36

- 3.1 Balanço Social .....37
- 3.2 Relatório de Sustentabilidade de Acordo com as Diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI).....48

### UNIDADE 4 - CONTABILIDADE AMBIENTAL.....58

- 4.1 Conceitos e Características .....59
- 4.2 Evidenciação Contábil.....62

### UNIDADE 5 - GESTÃO AMBIENTAL .....68

- 5.1 Conceito de Gestão.....69
- 5.2 Gestão Pública .....70
- 5.3 Gestão Ambiental e seus Níveis .....71
- 5.4 Instrumentos de Gestão Ambiental .....75
  - Ecoeficiência..... 75
  - Custos e passivos ambientais..... 78
  - Responsabilidade socioambiental corporativa..... 79
  - Sistemas de gestão ambiental ISO 14001 ..... 83

Sistemas Integrados de Gestão.....	89
Auditoria ambiental .....	91
<i>Marketing e endomarketing</i> ambiental.....	93
Certificação ambiental .....	97
Rotulagem ambiental.....	99
Análise do ciclo de vida de produto .....	103
<i>Green design</i> de produtos.....	106
Indicadores de qualidade ambiental.....	108

## **UNIDADE 6 - SISTEMAS DE INFORMAÇÃO E INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE ..... 112**

6.1 Sistemas de Informação no Contexto do Desenvolvimento

Sustentável: Indicadores de Sustentabilidade.....113

## **REFERÊNCIAS ..... 119**



## **CARO(A) ALUNO(A),**

Seja bem-vindo!

Até o momento, você já frequentou várias disciplinas no curso e percebeu a utilidade do conhecimento da Ciência Contábil para diversas aplicações, inclusive no seu dia a dia.

Esta disciplina tem o desafio de despertar você para a cidadania em relação à responsabilidade social que envolve a atuação profissional da Contabilidade. Além disso, ao final da disciplina você poderá vislumbrar a contribuição da Contabilidade no campo da responsabilidade social, envolvendo questões socioambientais e de sustentabilidade.

No decorrer dos seus estudos, você perceberá que a Contabilidade está inserida na temática por meio das várias publicações, incluindo duas Normas Brasileiras de Contabilidade que tratam do assunto de forma técnica, a NBC T 15 e a minuta ITG 2004.

Salientamos que este material serve para propiciar uma base sobre a temática Responsabilidade Social, o que significa que você pode continuar pesquisando em outros materiais disponíveis em meio impresso e eletrônico.

O aprendizado se dará em seis unidades, tendo sido utilizadas referências de vários autores e instituições que discutem o assunto. A organização do material foi preparada de maneira que você obtenha o máximo de proveito, aproprie-se do conhecimento e desenvolva o seu aprendizado.

Assim, este livro serve como um guia para os seus estudos, pois devem ser acessados outros materiais indicados no livro e no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVEA). Para consolidar o seu aprendizado, recomendamos também que sejam executadas todas as atividades de aprendizagem propostas no AVEA.

*Professor Irineu.*





## Unidade 1

# **CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS ORGANIZAÇÕES**

Nesta Unidade temos como objetivo contextualizar o tema da responsabilidade social das organizações. Para tanto, apresentamos uma breve evolução histórica desse tema e uma síntese de entendimentos de diferentes autores.

---

## 1.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA

A ideia e a cultura da responsabilidade social evoluíram ao longo das últimas décadas. As entidades em geral, em especial as empresas, passaram a incorporar práticas de responsabilidade social gradativamente na sua gestão, aprimorando o relacionamento com os funcionários, adotando estratégias de redução do impacto no meio ambiente e investindo no desenvolvimento das comunidades em que atuam. Agir de maneira socialmente responsável tornou-se um nicho de mercado, no qual existem à disposição **diferentes ferramentas** de indução e monitoramento.

Veremos quais são e como funcionam essas ferramentas na seção 1.2 desta Unidade.

Segundo a literatura, o movimento pela responsabilidade social iniciou com o surgimento da moderna corporação, nos Estados Unidos da América (EUA), que trouxe à tona as preocupações éticas sobre a gestão. No final do século XIX, surgiram os primeiros relatos documentados sobre o questionamento das relações entre empresa e sociedade. Outro fato citado na literatura é a Constituição de Weimar, na Alemanha, que inaugura em 1919 a ideia de “função social da propriedade” (ETHOS, 2007). Entretanto, até a década de 1970, prevaleceu a visão da economia neoclássica da teoria da firma.



Nessa concepção, a única responsabilidade social da empresa é gerar lucro para os acionistas, conforme evidenciamos na Figura 1, mais adiante, com base na síntese histórica do comportamento da responsabilidade social empresarial apresentada por Ashley (2002).

A partir dos anos 1970, os autores passaram a questionar a primazia dos interesses dos acionistas sobre a sociedade. **Carroll (1991), entre outros autores, conferem às empresas responsabilidades sociais e obrigações que vão além das econômicas e legais.**

Mais adiante, isso é evidenciado na Figura 2 – Pirâmide da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), adaptada de Carroll (1991).



No Brasil, segundo Torres (2001), a mudança da mentalidade dos empresários pode ser notada no início dos anos de 1960, tendo como marco histórico do início da utilização explícita da expressão responsabilidade social a Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas, publicada em 1965 pela Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) (FREY; FREY, 2005).

A ADCE é uma sociedade civil de caráter cultural e educativo, sem fins lucrativos, com sedes em várias cidades do mundo. No Brasil, tem sede no Rio Grande do Sul, em Minas Gerais e em São Paulo. Para conhecer um pouco mais sobre a ADCE, acesse a página <<http://www.adcesp.org.br/index.htm>>.

Vários acontecimentos tanto na agenda das empresas como na dos governos contribuíram para a preocupação da dimensão ambiental da responsabilidade social. Entre eles, nas últimas décadas, encontram-se os acidentes industriais de grande magnitude relacionados a alguns segmentos das indústrias de petróleo e nuclear.



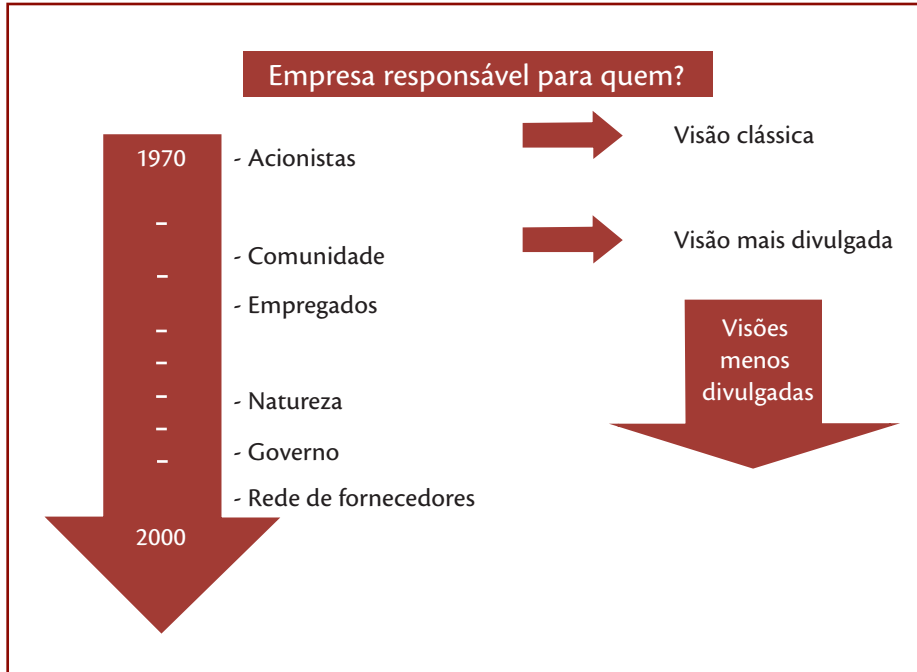
### SAIBA MAIS

Um dos acontecimentos foi o acidente no Alasca com o navio Exxon Valdez, em março de 1989, que deflagrou programas para auxiliar empresas a estabelecer políticas ambientais. Uma das políticas estabelecidas, alusiva ao vazamento de petróleo, foram os Princípios Valdez, posteriormente denominados de princípios CERES, publicados pela Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES).

Ashley (2002), ao referir-se à evolução da Responsabilidade Social empresarial, afirma que a empresa socialmente responsável é aquela que está atenta às expectativas dos seus *stakeholders* atuais e futuros em uma visão de sociedade sustentável. Nessa perspectiva, Ashley (2002) sintetiza uma tendência histórica do comportamento da responsabilidade social empresarial, identificando os *stakeholders* para quem a empresa direcionava sua responsabilidade social. A Figura 1 sistematiza essa ideia. Acompanhe.

## Unidade 1 - Conceitos e características de responsabilidade social das organizações

Figura 1 – Tendências históricas de ética e responsabilidade social corporativa



Fonte: Ashley (2002, p. 20)

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) é considerado um dos melhores exemplos de profissionalização do terceiro setor. De acordo com Frey e Frey (2005), a principal missão do Ibase é identificar questões sociais, propor alternativas, interpelar, debater e mobilizar diferentes setores da sociedade brasileira para fazer a sua parte e, em conjunto, enfrentar as situações e os processos que condenam à miséria e à pobreza milhões de brasileiros.

A criação do IBASE se deu graças ao empenho do sociólogo Herbert de Souza, que em 18 de junho de 1997 deu sua última e importante contribuição, associando o Balanço Social à demonstração da responsabilidade pública e cidadã das empresas brasileiras. Além de conclamar a todos para se engajarem na elaboração e divulgação do Balanço Social de suas empresas, ofereceu para isso um modelo concreto.

Fique tranquilo, ainda abordaremos o Balanço Social na Unidade 3.

Com o intuito de reforçar o movimento iniciado pelo IBASE, foi fundado em 1998 o Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, de caráter privado sem fins lucrativos, cuja missão é a disseminação da prática da respon-



sabilidade social empresarial. O Instituto Ethos orienta as empresas quanto ao uso de ferramentas que facilitem a incorporação de conceitos e práticas de responsabilidade social nos processos de gestão empresarial (FREY; FREY, 2005).



### SAIBA MAIS

Acesse o Guia de Elaboração de Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade do Instituto Ethos, elaborado desde 2001, com sugestões de informações a serem divulgadas pelas empresas nos seus Balanços Sociais e relatórios de sustentabilidade.

Para o Instituto Ethos, a produção do Balanço Social está intrinsicamente relacionada com a gestão da Responsabilidade Social Empresarial. A sua elaboração e divulgação proporciona uma relação mais ética e transparente com todos os públicos com os quais a empresa se relaciona, além do estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade.

## 1.2 CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS

Como vimos na seção anterior, a responsabilidade social é um tema que tem evoluído nos últimos anos. Com isso, as empresas passaram a incorporar voluntariamente em sua gestão ações sociais e ambientais, tanto nas suas operações internas como no seu relacionamento com outras partes interessadas, contribuindo para uma sociedade mais justa e um meio ambiente mais limpo.

Segundo Frey e Frey (2005), o envolvimento e comprometimento das empresas para o campo da participação social abriram espaço para uma nova discussão do papel social das empresas, a qual é definida por diversos autores como responsabilidade social e, mais recentemente, como sustentabilidade empresarial. A responsabilidade social tem recebido uma série de interpretações e indagações.

Uma delas é a de Borger (2001, p.72), que afirma que “a Responsabilidade Social Empresarial deve ser vista como parte da cultura, da visão e dos valores da empresa, requer uma filosofia e um compromisso articulados na afirmação da missão”. Para que isso seja alcançado, a empresa deve disseminar a sua missão, bem como os seus valores, princípios e objetivos sociais.



Observe que essa divulgação no entanto, não garante que a empresa seja de fato socialmente responsável. Porém, isso gera o seu engajamento, uma vez que o tema permeia todas as esferas da estrutura administrativa, incorporando-se à cultura organizacional (FREY; FREY, 2005).

Sendo assim, as empresas cada vez mais buscam otimizar a capacidade organizacional de criar valor. Segundo Drucker (1996, p. 70):

o desempenho econômico é a primeira responsabilidade de uma empresa. Uma empresa que não apresente um lucro no mínimo igual ao seu custo de capital é socialmente irresponsável. Ela desperdiça recursos da sociedade. O desempenho econômico é a base; sem ele não pode cumprir nenhuma outra responsabilidade, nem ser boa empregadora, uma boa cidadã, nem boa vizinha.

Já para Ashley (2002, p.6), a responsabilidade social pode ser definida como

o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela.

Ante tantas definições, Melo Neto e Froes (2001) propõem que a melhor maneira de analisar o conceito de responsabilidade social empresarial é identificar as diferentes visões a seu respeito.

As visões mais abrangentes compreendem a responsabilidade social como:

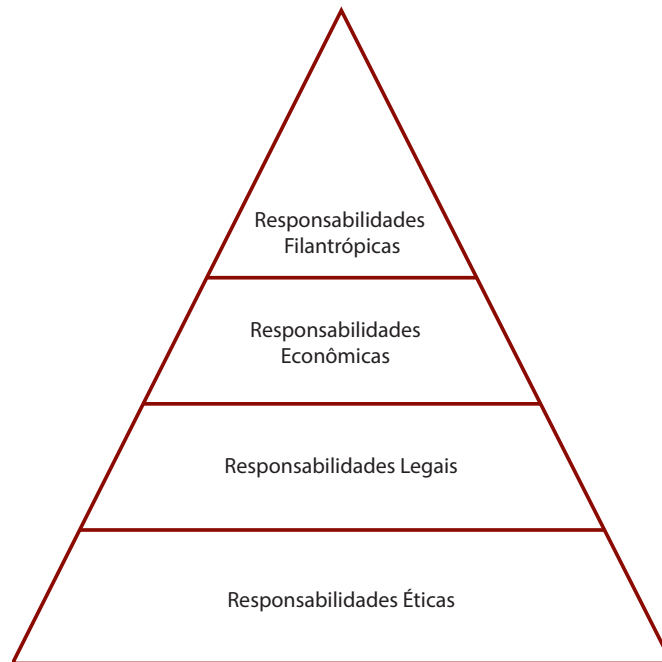
- a atitude e o comportamento empresarial ético e responsável;
- a estratégia de relacionamento e agregação de valor; e
- a estratégia para desenvolvimento e inserção na comunidade.

De acordo com Frey e Frey (2005), um modelo conceitual para gestores das empresas, que contempla um significado amplo da responsabilidade social, é o proposto por Carroll (1991). Esse modelo inclui um conjunto de responsabilidades dos negócios que engloba as expectativas econômicas, legais, éticas e



filantrópicas, estruturadas em forma de pirâmide, como mostra a Figura 2, a seguir. Observe que a primeira responsabilidade das empresas é com o resultado econômico, e na sequência ela pode atender às demais responsabilidades.

Figura 2 – Pirâmide da Responsabilidade Social Empresarial (RSE)



Fonte: adaptada de Carroll (1991)

Grajew (2000, p. 15) complementa que a responsabilidade social “envolve o comportamento ético e a qualidade das relações que a empresa estabelece com todos os seus públicos. É um processo contínuo de aprendizagem que, para se concretizar, deve estar incorporado à gestão dos negócios”.

Assim, cada vez mais o conceito de responsabilidade social está associado às estratégias de sustentabilidade em longo prazo das empresas, incluindo a preocupação com os efeitos das atividades desenvolvidas e o objetivo de proporcionar bem-estar à comunidade.



## **RESUMO DA UNIDADE**

Nesta Unidade, introduzimos a estrutura conceitual no que diz respeito à responsabilidade social das organizações. Também apresentamos a evolução desse conceito, o que facilitará a compreensão das demais unidades deste material.





## Unidade 2

# **INDICADORES E FERRAMENTAS DE ADESÃO E MONITORAMENTO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE NOS NEGÓCIOS**

Nesta Unidade temos como objetivos apresentar e detalhar os principais indicadores e as ferramentas de adesão e monitoramento de responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios.

---

## 2.1 INDUTORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE NOS NEGÓCIOS

Os indutores de responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios compreendem códigos, declarações, diretrizes, metas e demonstrativos de natureza social e ambiental que auxiliam no desenvolvimento de ações e na busca de resultados positivos nos campos social e ambiental por parte das organizações.

Eles podem ser agrupados em categorias de acordo com sua finalidade. O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC, 2007), com o objetivo de facilitar o entendimento e o relacionamento entre as **diversas iniciativas**, propôs a sua classificação em quatro categorias:

Ligadas à sustentabilidade para as empresas.

- baseados em princípios;
- baseados em desempenho;
- baseados em processos; e
- híbridos.

Os indutores baseados em princípios são, de forma geral, processos que sugerem a participação da sociedade na busca de soluções para os problemas no mundo. São também ferramentas que orientam as organizações e estabelecem princípios de boas práticas para as suas atividades. Nesse grupo, segundo o entendimento do IBGC (2007), podem ser enquadrados os seguintes: Agenda 21, Carta da Terra, Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa, Declaração dos direitos humanos, Diretrizes da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) para Empresas Multinacionais, Metas do Milênio, Pacto Global, Princípios para o Investimento Responsável e Princípios de Governança da OCDE.

Dentre os indutores baseados em desempenho, o IBGC (2007) enquadra os modelos de relatórios, tais como o Balanço Social IBASE, a Global Reporting Initiative (GRI), os Indicadores Ethos e a NBC T 15. Além desses modelos, enquadra-se também o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) Bovespa, que mede o retorno de uma carteira composta de ações, e a Pegada Ecológi-



ca, que estima a quantidade de recursos necessários para eliminar os resíduos produzidos pelo homem.

Já o conjunto de normas, certificáveis ou não, que propõem assegurar a qualidade das atividades das organizações e a melhorar ou ampliar sua gestão ambiental e socialmente responsável são considerados indutores baseados em processos. Entre esse conjunto, os principais indicadores são: AA 1000, ISO 9000, ISO 14000, NBR 16000, OHSAS 18000, Princípios do Equador, SA 8000 e, mais recentemente, a ISO 26000.



Todos os indicadores são importantes ferramentas que podem ser utilizadas pelas empresas. No âmbito da Contabilidade, detalharemos a seguir as normas AA 1000, SA 8000 e ISO 26000, os Indicadores Ethos, o Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa, as Metas do Milênio, o Pacto Global, o Balanço Social Ibase, a GRI, a NBC T 15 e o ISE Bovespa

## 2.2 NORMA ACCOUNTABILITY (AA) 1000

A AA 1000 é uma norma internacional de origem britânica que estabelece e define práticas para a prestação de contas a fim de assegurar a qualidade da contabilidade, a auditoria e o relato social e ético de todos os tipos de organizações.

A norma foi criada em 1999 pelo *Institute for Social and Ethical Accountability* (ISEA) e é considerada uma referência para as empresas que buscam uma metodologia para relacionamentos socialmente responsáveis e elevados níveis de *accountability*.



### SAIBA MAIS

O termo *accountability* não tem uma tradução literal para o português, mas pode ser entendido, em termos de conceito por parte das empresas, como a forma de responder às expectativas legítimas das partes interessadas por meio do diálogo, da transparência e da prestação de contas. Assim, é comum encontrar sinônimos em torno da *accountability*, como prestação de contas, transparência ou responsabilidade.

## Unidade 2 - Indicadores e ferramentas de adesão e monitoramento de responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios

Para a **Contabilidade**, a AA 1000 pode ser uma resposta à necessidade de mecanismos que assegurem a confiabilidade dos relatórios de sustentabilidade existentes, a exemplo dos relatórios econômico-financeiros, que possuem a obrigatoriedade de auditoria independente. Pode-se dizer que a AA 1000 é uma norma que busca assegurar a qualidade da Contabilidade e a auditoria, com foco no relato social e ético por parte das organizações.

Lembre-se que o objetivo da Contabilidade é mensurar e evidenciar o desempenho das organizações contemplando não só informações de natureza econômico-financeira, mas também social e ambiental.

Resumidamente, três ideias sintetizam o sistema sugerido pela norma AA 1000:

- a. o engajamento dos *stakeholders* é a chave de todo o processo;
- b. a empresa deve apresentar respostas às questões expostas pelas partes interessadas, ou seja, necessita adotar ações com base nas propostas apresentadas; e
- c. a capacidade de responder às expectativas exige da empresa habilidade de aprender e inovar, tendo como base o engajamento dos *stakeholders*.

A série AA 1000 é composta por três normas:

- a AA 1000 APS (2008) *Accountability Principles*;
- a AA 1000 AS (2008) *Assurance Standard*; e
- a AA 1000 SES (2005) *Stakeholder Engagement Standard*.

Nesse conjunto, a AA 1000 *Accountability Principles* está alicerçada em três princípios que são a base para compreender e alcançar o *Assurance* em sustentabilidade de acordo com AA 1000 AS (2008) e um envolvimento responsável das partes interessadas segundo a AA 1000 SES (2005).



Assim, os princípios da AA 1000 *Accountability* são: o da Inclusão, o da Relevância e o da Responsabilidade. Ressaltamos que o Princípio da Inclusão é a base para os demais, portanto, é essencial para se alcançar os princípios da Relevância e da Responsabilidade. Em conjunto, eles servem para a realização da prestação de contas.



Poucas empresas no mundo e no Brasil utilizam a norma AA 1000. A Souza Cruz foi a empresa pioneira no Brasil a buscar a Norma AA 1000, permanecendo por muitos anos com a sua exclusividade. Atualmente, algumas outras empresas também começaram a utilizar a norma AA 1000.

## 2.3 NORMA SOCIAL ACCOUNTABILITY (SA) 8000

A SA 8000 é uma norma Internacional de Responsabilidade Social que estabelece padrões para as relações de trabalho. Foi elaborada em 1987, estando atualmente na sua terceira versão (2008) e é passível de auditoria e certificação. Os elementos normativos da Norma Internacional de Responsabilidade Social SA 8000 estão alicerçados em Normas Internacionais de direitos humanos e nas Convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT).



### SAIBA MAIS

Essa norma está disponível do site da *Social Accountability International* (SAI), você pode conferi-la acessando o endereço <[http://www.sa-intl.org/\\_data/n\\_0001/resources/live/2008StdPortugese.pdf](http://www.sa-intl.org/_data/n_0001/resources/live/2008StdPortugese.pdf)>.

Para que uma empresa esteja em conformidade com a SA 8000, é necessário que ela atenda às leis nacionais, às Convenções da OIT e a um conjunto de outros instrumentos internacionais sobre direitos humanos. A norma estabelece nove requisitos para o Sistema de Gestão da Responsabilidade Social. Vamos conhecê-los melhor na sequência.

- a. **Trabalho infantil:** a empresa não deve se envolver ou apoiar a utilização de trabalho infantil, considerado este como o trabalho realizado por pessoa com menos de 15 anos de idade, ou idade estipulada pela legislação do país. No Brasil, temos o Estatuto da Criança e do Adolescente, que dispõe a respeito.
- b. **Trabalho forçado e compulsório:** a empresa não deve se envolver ou apoiar a utilização de trabalho forçado ou compulsório, conforme definido na Convenção 29 da OIT.



## Unidade 2 - Indicadores e ferramentas de adesão e monitoramento de responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios

- c. **Saúde e segurança:** a empresa deve proporcionar um ambiente de trabalho seguro e saudável e deve tomar medidas eficazes para prevenir acidentes e danos potenciais à saúde dos trabalhadores que surjam ou estejam associados ao trabalho, minimizando o quanto possível as causas de perigos inerentes ao ambiente de trabalho.
- d. **Liberdade de associação e direito a negociação coletiva:** a empresa deve respeitar o direito de a pessoa formar, associar-se e organizar sindicatos de sua escolha e de negociar coletivamente a seu favor com a empresa. Deve eficazmente informar ao pessoal que eles são livres para se associarem a uma organização de sua escolha e que, ao fazerem assim, isso não resultará em quaisquer consequências negativas para eles.
- e. **Discriminação:** a empresa não deve se envolver ou apoiar a discriminação na contratação, na remuneração, no acesso a treinamento, na promoção, no encerramento de contrato ou na aposentadoria com base em raça, origem nacional ou social, classe social, nascimento, religião, deficiência, sexo, orientação sexual, responsabilidades familiares, estado civil, associação a sindicato, opinião política, idade ou qualquer outra condição que poderia dar ensejo à discriminação.
- f. **Práticas disciplinares:** a empresa deve tratar todo o pessoal com dignidade e respeito. A empresa não deve se envolver ou tolerar a utilização de punição corporal, mental ou coerção física e abuso verbal das pessoas. Não se permite tratamento rude ou desumano.
- g. **Horário de trabalho:** a empresa deve estar em conformidade com as leis aplicáveis do seu país e com os padrões sobre horário de trabalho e feriados públicos, não excedendo as horas trabalhadas em 48 horas semanais.
- h. **Remuneração:** a empresa deve respeitar o direito a um salário de subsistência e assegurar que os salários pagos por uma semana normal de trabalho devam sempre satisfazer pelo menos os padrões mínimos do país, suficientes para atender às necessidades básicas do pessoal e proporcionar alguma renda extra.
- i. **Sistema de gestão:** a empresa deve estabelecer questões relacionadas a: políticas; análise crítica pela alta administração; planejamento e implementação; representantes da empresa; controle de fornecedores, subcontratados e subfornecedores; tratamento das preocupações com ações corretivas; comunicação externa e acesso para verificação.



## 2.4 ABNT – NBR 16001 E ISO 26000 DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Norma Brasileira 16001 (NBR 16001), da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), lançada em 2004 e revisada em 2012 com base nas diretrizes da *International Organization for Standardization* (ISO) 26000, estabelece requisitos mínimos relativos ao sistema da gestão da responsabilidade social, permitindo à sua organização formular e implementar uma política e objetivos que levem em conta requisitos legais, compromissos éticos e a preocupação com a promoção da cidadania, o desenvolvimento sustentável e a transparência das atividades. A partir da revisão feita em 2012, a NBR 16001 também incorporou os sete princípios da responsabilidade social preconizados pela ISO 26000.

O objetivo da NBR 16001 é fazer com que as organizações possam promover os elementos de um sistema de gestão eficaz, auxiliando assim as empresas a alcançarem os seus objetivos em relação à responsabilidade social, possuindo comprometimento ético e preocupação com a cidadania, o desenvolvimento sustentável e a transparência de suas atividades.

A NBR 16001 pode ser aplicada a todas as empresas que pretendem implantar ou aprimorar o sistema de gestão da responsabilidade social ou buscar a certificação de um sistema de gestão.

A ISO 26000, aprovada no final de 2010, é a terceira geração de normas ISO após os sistemas de gestão da qualidade (ISO 9000) e o de gestão ambiental (ISO 14000). Essa nova norma veio com o propósito de criar reflexão e diretrizes, orientando todos os tipos de empresa, independente do seu porte, sobre posturas éticas. Seu uso é voluntário e não visa à certificação, e sim servir como guia.



Para essa norma, a característica essencial da Responsabilidade Social é a disposição da organização de incorporar considerações socioambientais em seus processos decisórios, bem como a *accountability*, pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente.

## Unidade 2 - Indicadores e ferramentas de adesão e monitoramento de responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios

Isso implica assumir um comportamento transparente e ético que contribua para o desenvolvimento sustentável, esteja em conformidade com as leis aplicáveis e seja consistente com as normas internacionais de comportamento. Nesse contexto, a norma define **sete** princípios da Responsabilidade Social:

- a. **Accountability:** ato de responsabilizar-se pelas consequências de suas ações e decisões respondendo por seus impactos na sociedade, na economia e no meio ambiente, prestando contas aos órgãos de governança e às demais partes interessada e declarando os seus erros e as medidas cabíveis para remediá-los.
- b. **Transparência:** este princípio requer que a organização seja transparente em suas decisões e atividades que impactam na sociedade e no meio ambiente.
- c. **Comportamento ético:** agir de modo aceito como correto pela sociedade – com base nos valores da honestidade, equidade e integridade perante as pessoas e a natureza – e de forma consistente com as normas internacionais de comportamento.
- d. **Respeito pelos interesses das partes interessadas (*stakeholders*):** ouvir, considerar e responder aos interesses das pessoas ou dos grupos que tenham interesses nas atividades da organização ou por ela possam ser afetados.
- e. **Respeito pelo Estado de Direito:** o ponto de partida mínimo da responsabilidade social é cumprir integralmente as leis do local onde ela está operando.
- f. **Respeito pelas Normas Internacionais de Comportamento:** adotar prescrições de tratados e acordos internacionais favoráveis à responsabilidade social mesmo que não haja obrigação legal.
- g. **Direito aos humanos:** reconhecer a importância e a universalidade dos direitos humanos, cuidando para que as atividades da organização não os agridam direta ou indiretamente e zelando pelo ambiente econômico, social e natural que requerem.



## 2.5 INDICADORES ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS

As empresas interessadas em avaliar sua gestão na perspectiva da sustentabilidade e da responsabilidade social têm à disposição os **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial**, oferecidos gratuitamente desde a criação do Instituto Ethos, no ano de 2000. Atualmente, esses indicadores se encontram na sua segunda geração, disponibilizados em meio impresso e em sistema on-line. Paralelamente, já está disponível a terceira geração de indicadores, para a qual as empresas podem gradativamente migrar, denominados de **Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis**. A partir do preenchimento do questionário por parte das empresas, subsídios mais acurados são levantados para serem considerados no estabelecimento de metas e planejamento de ações em favor da sustentabilidade. Em outros termos, por meio do preenchimento dos Indicadores Ethos, que se apresentam na forma de um questionário, as empresas conseguem fazer seu autodiagnóstico e levantar subsídios para o seu planejamento estratégico.



### SAIBA MAIS

O Instituto Ethos é uma organização sem fins lucrativos que tem como missão “mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.” (INSTITUTO ETHOS, 2014)

Visando a apoiar as empresas na incorporação da sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial, o Ethos desenvolveu a terceira geração de seus indicadores, elaborados a partir da revisão dos indicadores da segunda geração e de maneira convergente com diversas iniciativas, tendo maior ênfase à integração com a Norma ISO 26000 e as diretrizes G4 para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade da GRI.

Os **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial** estão estruturados em forma de questionário, totalizando 40 indicadores, que estão organizados em sete temas:

## Unidade 2 - Indicadores e ferramentas de adesão e monitoramento de responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios

- **Valores, transparência e governança:** trata da autorregulação da conduta e de relações transparentes com a sociedade, contando com seis indicadores. Os princípios éticos devem compor a base da cultura de uma empresa, orientando sua conduta e fundamentando sua missão social.
- **Público interno:** refere-se ao diálogo e à participação, ao respeito ao indivíduo e ao trabalho decente, em que são apresentados 13 indicadores. Para a empresa, atuar de forma socialmente responsável com o público interno significa mais do que respeitar os direitos garantidos pela legislação.
- **Meio ambiente:** composto por cinco indicadores, que tratam sobre a responsabilidade com as gerações futuras e o gerenciamento do impacto ambiental.
- **Fornecedores:** conta com quatro indicadores, que se referenciam à seleção, à avaliação e à parceria com fornecedores.
- **Consumidores e clientes:** trata da dimensão social do consumo, ou seja, a política da comunicação comercial, a excelência no atendimento e o conhecimento dos danos potenciais dos produtos e serviços, apresentando três indicadores.
- **Comunidade:** enumera as questões referentes às relações com a comunidade local e a ação social, apresentando quatro indicadores.
- **Governo e sociedade:** referência às questões da transparência política e liderança social, sendo tratado em cinco indicadores.

Os **Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis**, disponibilizados em setembro de 2013, dão maior ênfase à integração com a Norma ISO 26000 e às diretrizes G4 para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade da GRI. Os Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis estão agrupados em quatro dimensões:

- visão e estratégia;
- governança e gestão;
- dimensão Social; e
- dimensão ambiental.



## 2.6 METAS DO MILÊNIO E PACTO GLOBAL

As **Metas do Milênio** foram organizadas em setembro de 2000 pelos governos de 191 países-membros da Organização das Nações Unidas (ONU), após a análise dos maiores problemas mundiais.



Com base nesse diagnóstico, foram estabelecidos oito objetivos, subdivididos em dezoito metas. Eles devem ser alcançados por todos os países até 2015 a fim de solucionar alguns dos grandes problemas da humanidade, tais como: a pobreza, a fome, a desigualdade entre os sexos, o analfabetismo, entre outros temas necessários para um desenvolvimento humano sustentável e que possam melhorar as condições de vida dos seres humanos.

**Objetivo 1 – Acabar com a fome e a miséria:** reduzir pela metade, até 2015, a proporção da população com renda inferior a um dólar por dia e a proporção da população que sofre de fome.

**Objetivo 2 – Educação básica de qualidade para todos:** garantir que até 2015 todas as crianças, de ambos os sexos, tenham recebido educação de qualidade e concluído o ensino básico.

**Objetivo 3 – Igualdade entre sexos e valorização da mulher:** eliminar a disparidade entre os sexos no ensino em todos os níveis de ensino, no mais tardar até 2015.

**Objetivo 4 – Reduzir a mortalidade infantil:** reduzir em dois terços, até 2015, a mortalidade de crianças menores de cinco anos.

**Objetivo 5 – Melhorar a saúde das gestantes:** reduzir em três quartos, até 2015, a taxa de mortalidade materna. Deter o crescimento da mortalidade por câncer de mama e de colo de útero.

**Objetivo 6 – Combater o HIV/AIDS, a malária e outras doenças:** até 2015, deter a propagação do HIV/Aids e garantir o acesso universal ao tratamento. Deter a incidência da malária, da tuberculose e eliminar a hanseníase.

**Objetivo 7 – Qualidade de vida e respeito ao meio ambiente:** promover o desenvolvimento sustentável, reduzir a perda de diversidade biológica e redu-

## Unidade 2 - Indicadores e ferramentas de adesão e monitoramento de responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios

zir pela metade, até 2015, a proporção da população sem acesso à água potável e ao esgotamento sanitário.

**Objetivo 8 – Todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento:** avançar no desenvolvimento de um sistema comercial e financeiro não discriminatório. Tratar globalmente o problema da dívida dos países em desenvolvimento. Formular e executar estratégias que ofereçam aos jovens um trabalho digno e produtivo. Tornar acessíveis os benefícios das novas tecnologias, em especial de informação e de comunicações.

O **Pacto Global** é uma ação da ONU com o objetivo de estimular a comunidade empresarial internacional a adotar em seus negócios os valores fundamentais e internacionalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção, estruturados em 10 princípios. Vamos detalhá-los melhor a seguir:

### Direitos Humanos

Princípio 1: as empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente.

Princípio 2: certificar-se de que não são cúmplices em abusos dos direitos humanos.

### Trabalho

Princípio 3: as empresas devem defender a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.

Princípio 4: eliminar todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.  
Princípio 5: erradicar efetivamente o trabalho infantil.

Princípio 6: eliminar a discriminação no emprego e ocupação.

### Meio Ambiente

Princípio 7: as empresas devem apoiar uma abordagem preventiva sobre os desafios ambientais.

Princípio 8: desenvolver iniciativas a fim de promover maior responsabilidade ambiental.



Princípio 9: incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis.

### **Combate à Corrupção**

Princípio 10: as empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

Quanto à ISO 14001, norma internacional que trata dos Sistemas de Gestão Ambiental (SGAs), trataremos a seu respeito na Unidade 5.



## **RESUMO DA UNIDADE**

Nesta Unidade, apresentamos os indutores de Responsabilidade Social e sustentabilidade nos negócios, a Norma AA 1000, a Norma Social Accountability (SA) 8000, a NBR 16001 e a norma internacional ISO 26000 da Responsabilidade Social, os Indicadores Ethos de responsabilidade social e negócios sustentáveis, as Metas do Milênio e o Pacto Global. Por meio da evidência desses indicadores, ficam evidentes os seus objetivos, que induzem as organizações a terem comportamentos mais responsáveis.

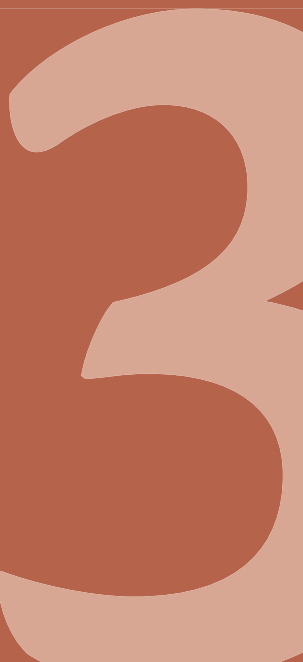




## Unidade 3

# RELATÓRIOS SOCIAIS

Nesta Unidade, temos como objetivo apresentar o Balanço Social e o Relatório de Sustentabilidade de acordo com as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI), considerados os principais Relatórios Sociais que as organizações utilizam para evidenciar o seu comportamento em relação à responsabilidade social.



## 3.1 BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social é um dos principais instrumentos de evidenciação do comportamento social das empresas. Nesse sentido, esta subseção trata do histórico desse instrumento e, na sequência, da estrutura e dos indicadores do Balanço Social modelo Ibase.

### a. Histórico Balanço Social

A discussão sobre o Balanço Social, no Brasil, tem vertentes na década de 1960, após a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE). A Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas, publicada em 1965, é um marco histórico incontestável do início da utilização da expressão responsabilidade social associada às empresas. A referida Carta de Princípios, segundo Gonçalves (1980, p. VI), salienta a

consciência de que as 'crises e tensões do mundo contemporâneo devem-se a que as instituições econômicas-sociais vigentes se afastaram dos princípios cristãos e das exigências da justiça social e que os antagonismos de classe, os aberrantes desníveis econômicos, o enorme atraso de certas áreas do país decorrem, em parte, de não ter o setor empresarial tomado consciência plena de suas responsabilidades sociais'.

A ideia e a discussão do Balanço Social se estenderam de forma lenta até a segunda metade dos anos 70, quando passou a se difundir mais amplamente. As principais manifestações estavam concentradas no Estado de São Paulo, que reúne, desde o início da industrialização brasileira, as maiores empresas e entidades de representação empresarial no país (FREY; FREY, 2005).



### SAIBA MAIS

O primeiro relatório de cunho social de uma empresa brasileira foi o da Nitrofertil, que é uma empresa estatal com sede no Estado da Bahia. Essa publicação foi feita no ano de 1984 de maneira completamente voluntária. Esse documento, segundo Torres (2001), buscava dar publicidade às ações sociais realizadas e ao processo participativo desenvolvido na empresa, recebendo o nome de Balanço Social da Nitrofertil.



Os anos de 1990 podem ser considerados o período de consolidação da mudança de mentalidade de uma parcela expressiva do empresariado nacional, “em que a visão de um capitalismo de cunho mais social, que busca maior negociação com amplas parcelas dos trabalhadores, está cada vez mais atenta aos problemas ambientais e sociais” (TORRES, 2001, p. 21). Na análise de Torres (2001, p. 23), a década de 1990 aparece

como palco da disputa por novos modelos de desenvolvimento, retirada do Estado de setores tradicionais de atuação, reafirmação dos valores liberais e de mercado, novas práticas corporativas e uma nascente e crescente renovação do pensamento empresarial.

Diniz (*apud* TORRES, 2001, p. 23) também destaca “um movimento de renovação dentro do próprio meio empresarial, que rumo para a construção e a consolidação de novos valores políticos e econômicos no universo das corporações”. Assim, as preocupações e as atuações no âmbito social se tornam uma questão econômico-financeira relacionada à sobrevivência empresarial, sendo esta ligada a uma nova visão estratégica de longo prazo.

De acordo com Frey e Frey (2005), o Balanço Social já é aceito por um grande grupo de empresas, simbolizando os resultados do empenho e das discussões de várias organizações ligadas ao tema responsabilidade social e à sua difusão nas empresas. Além da pioneira ADCE, faz-se necessário destacar a Fundação Instituto de Desenvolvimento Econômico e Social (Fundação Fides), que na década de 1980 possuía o nome de Instituto de Desenvolvimento Empresarial (IDE); o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE); a Fundação ABRINQ pelos direitos da criança; o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase); e o Instituto Ethos de Responsabilidade Social.



### SAIBA MAIS

Vários projetos que versam sobre Balanço Social e responsabilidade social empresarial foram apresentados em vários municípios brasileiros, entre os quais merecem ser destacados o Projeto nº 39/97, do município de São Paulo, que criou o dia e o Selo Empresa Cidadã, e a Lei nº 8118/98, do município de Porto Alegre, que instituiu o Balanço Social para as empresas com mais de vinte funcionários. Em nível estadual, tem-se a Lei nº 11.440/00, do Estado do Rio Grande do Sul, que busca incentivar a publicação do Balanço Social, bem como difundir a responsabilidade social entre as empresas estabelecidas no Estado, objeto do presente estudo.

O tema Balanço Social tem sido foco de diversos estudos, gerando vários conceitos mencionados por diferentes autores. Conforme De Lucca (1998), o Balanço Social tem diferentes enfoques. Esse autor nos conta que, nos Estados Unidos da América a ênfase é dada aos consumidores/clientes e à sociedade, buscando-se sempre: a qualidade dos produtos, o controle da poluição, a contribuição da empresa às obras culturais, os transportes coletivos e os outros benefícios à coletividade; e a abordagem de caráter ambiental. Já na Holanda e Suécia, o foco é em informações sobre as condições de trabalho, com ênfase nas informações para os empregados. A Inglaterra inclui, além da ênfase nas condições de trabalho, os aspectos ambientais (FREY; FREY, 2005).

No caso brasileiro, observa-se uma abordagem mais abrangente, com o foco no apoio da empresa ao desenvolvimento da comunidade em que atua; à geração de emprego e renda; à preservação do meio ambiente; ao investimento em tecnologia, bem como ao apoio ao desenvolvimento tecnológico (ambiente social externo). Além disso, são enfatizados também os aspectos do ambiente social interno – bem-estar, capacitação, saúde e assistência social dos empregados, segurança no trabalho, entre outros (FREY; FREY, 2005).

Em estudo pioneiro realizado por Tinoco (1984, p. 108), o Balanço Social é definido como

um instrumento de gestão e de informação que visa reportar da forma mais transparente possível, vale dizer evidenciação plena – *full disclosure* – informações econômicas, financeiras e sociais do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários da informação, dentre estes usuários os trabalhadores.

Para De Lucca (1992, p. 23), o Balanço Social “é um instrumento de medida que permite verificar a situação da empresa no campo social, registrar as realizações efetuadas neste campo e principalmente avaliar as relações ocorridas entre o seu resultado e a sociedade”.

Conforme Sfredo (1997, p. 20), Balanço Social

é um conjunto de informações que tem como principal objetivo demonstrar o grau de envolvimento da empresa em relação à sociedade na qual está inserida. É um instrumento de aferição, de demonstração do que se passa com uma organização não podendo refletir o que não foi feito.



Na opinião de Betinho (*apud* IBASE, 1998), a ideia da elaboração e publicação do Balanço Social

é demonstrar quantitativamente e qualitativamente o papel desempenhado pelas empresas no plano social, tanto internamente quanto na sua atuação na comunidade. Os itens dessa verificação são vários: educação, saúde, atenção à mulher, atuação na preservação do meio ambiente, melhoria da qualidade de vida e de trabalho de seus empregados, apoio a projetos comunitários visando a erradicação da pobreza, geração de renda e de novos postos de trabalho. O campo é vasto e várias empresas já estão trilhando esse caminho. Realizar o Balanço Social significa uma grande contribuição para consolidação de uma sociedade verdadeiramente democrática, social e pública.



### SAIBA MAIS

Você sabe quem foi Betinho?

Herbert José de Souza (1935-1997), mais conhecido como Betinho, foi sociólogo e ativista dos direitos humanos. Em 1981, após retornar do exílio, fundou o Ibase e, na década de 1990, tornou-se símbolo de cidadania no Brasil. Mobilizou várias campanhas para arrecadar mantimentos em favor dos pobres e excluídos. Entre seus trabalhos, destaca-se a Campanha Ação da Cidadania contra a Fome e a Miséria e pela Vida. Hemofílico, morreu de Aids em 9 de agosto de 1997, deixando um exemplo de solidariedade e de luta pela transformação social. Seus arquivos estão disponíveis para consulta no Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC), da Fundação Getúlio Vargas (FGV), no Rio de Janeiro.

Para Kroetz (1999, p. 37), outro estudioso dessa área, o Balanço Social

representa a demonstração dos gastos das influências (favoráveis e desfavoráveis) recebidas e transmitidas pelas entidades nas promoções humana, social e ideológica, sendo que os efeitos dessa interação se dirigem aos gestores, aos empregados e à comunidade, no espaço temporal passado/presente/futuro, tornando-se parte integrante da Contabilidade Social, configurando uma demonstração para a sociedade e não da sociedade.





Com base nesses diferentes autores citados, percebemos a ênfase no potencial do Balanço Social em apresentar as ações das empresas no campo social e ambiental, permitindo uma autoavaliação do seu desempenho e uma avaliação pela comunidade na qual a empresas está inserida.

**b. Estrutura e indicadores do modelo Balanço Social Ibase**

Em termos de modelos de Balanço Social, considera-se relevante conhecer a estrutura do Balanço Social proposta pelo Ibase.



**SAIBA MAIS**

Acesse o livro **Balanço Social dez anos: o desafio da transparência**, editado pelo Ibase, disponível no site <[www.balancosocial.org.br](http://www.balancosocial.org.br)>. A obra consolida uma série de informações sobre os balanços sociais de empresas que atuam no Brasil e utilizam o modelo Ibase como parâmetro.

Em uma síntese do capítulo 1– A história do Balanço Social, fica evidenciado que os dados mostram a evolução – os avanços e retrocessos – dos discursos e das práticas empresariais e diversas informações divulgadas por meio dessa importante e estratégica ferramenta da responsabilidade social corporativa.

O Balanço Social começou a ser utilizado, embora de maneira ainda incipiente, durante os anos de 1997 e 1998. O modelo do Ibase chega em 2008 como o instrumento mais utilizado pelas empresas que buscam demonstrar publicamente suas informações socioambientais e aceitaram o desafio da transparência. Em uma década, de 1998 a 2008, o modelo do Ibase tornou-se a principal ferramenta por meio da qual as empresas foram estimuladas a conhecer, sistematizar e apresentar à sociedade informações sobre seus investimentos internos e externos em ações, iniciativas e projetos relacionados com o social e o ambiental.



A proposta principal de um modelo único de Balanço Social, de somente uma página, é fazer com que o documento permita comparabilidade e também não perca as suas principais características: a simplicidade e o fácil entendimento. O modelo Ibase constitui-se de uma planilha composta prioritariamente por indicadores quantitativos referentes às informações e aos dados sobre investimentos financeiros, sociais e ambientais. Significa que a organização que adota esse tipo de balanço anual passa a ter, em uma única ferramenta de gestão, um grupo de informações sistematizadas que são divulgadas a seus públicos de interesse e para a sociedade em geral.

Algumas dessas informações são facilmente coletáveis no sistema contábil e de gestão de pessoal da própria companhia. Outras, como as de diversidade ou de estabelecimento de metas, envolvem mudanças nas práticas e na gestão da empresa.

Os dados e as informações mais abrangentes, sobre como a empresa gera as suas ações sociais, são solicitados por meio de alguns indicadores qualitativos, que representam a profundidade e o processo em algumas das ações internas e externas. O Ibase recomenda aos(às) usuários(as) do modelo que informações complementares, numéricas ou descritivas, sejam detalhadas no item Outras informações.

Assim, o modelo do Ibase é essencialmente um instrumento de prestação de contas e transparência. A empresa, ao divulgá-lo, deve fazê-lo como forma de apresentar periodicamente à sociedade as suas ações e a sua evolução no tratamento de temas relevantes ao contexto socioambiental brasileiro: a educação, a saúde, a preservação do meio ambiente, as contribuições para a melhoria da qualidade de vida e de trabalho de funcionários e funcionárias, a valorização da diversidade, o desenvolvimento de projetos comunitários, o combate à fome e a criação de postos de trabalho.



O Balanço Social da empresa, elaborado segundo a metodologia do Ibase, apresenta dados e informações de dois exercícios anuais por meio de uma tabela bastante simples e direta, que deve ser publicada e amplamente divulgada.

Esse modelo é composto por 43 indicadores quantitativos e oito indicadores qualitativos, organizados em sete categorias, conforme disposto no capítulo 2, nas páginas 25 a 27, conforme apresentado a seguir:

1. **Base de cálculo:** Como o próprio nome já diz, são as três informações financeiras – receita líquida, resultado operacional e folha de pagamento bruta – que servem de base de cálculo percentual para grande parte das informações e dos dados apresentados, informando o impacto dos investimentos nas contas da empresa, além de permitir a comparação entre empresas e setores ao longo dos anos.
2. **Indicadores sociais internos:** Nesta parte do balanço são apresentados todos os investimentos internos, obrigatórios e voluntários, que a empresa realiza para beneficiar e/ou atender ao corpo funcional (alimentação, encargos sociais compulsórios, previdência privada, saúde, segurança e medicina no trabalho, educação, cultura, capacitação e desenvolvimento profissional, creches ou auxílio-creche, participação nos lucros ou resultados e outros).
3. **Indicadores sociais externos:** Aqui aparecem os investimentos voluntários da empresa, cujo público-alvo é a sociedade em geral (projetos e iniciativas nas áreas de educação, cultura, saúde e saneamento, esporte, combate à fome e segurança alimentar, pagamento de tributos e outros). São as ações sociais privadas realizadas por empresas visando à sociedade ou a alguma comunidade externa relacionada, direta ou indiretamente, com os objetivos ou interesses das corporações.
4. **Indicadores ambientais:** São apresentados os investimentos da empresa para mitigar ou compensar seus impactos ambientais e também aqueles que têm o objetivo de melhorar a qualidade ambiental da produção/ operação da empresa, seja por meio de inovação tecnológica, seja por programas internos de educação ambiental. Também são solicitados investimentos em projetos e ações que não estão relacionadas com a operação da companhia e um indicador qualitativo sobre o estabelecimento e cumprimento de metas anuais de ecoeficiência.
5. **Indicadores do corpo funcional:** Nesta parte do balanço aparecem as informações que identificam de que forma se dá o relacionamento da empresa com seu público interno no que concerne à criação de postos de trabalho, utilização do trabalho terceirizado, número de estagiários(as), valorização da diversidade – negros(as), mulheres, faixa etária e pessoas com deficiência – e participação de grupos historicamente discriminados (mulheres e negros) no país em cargos de chefia e gerenciamento da empresa.



6. **Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial:** O termo utilizado nesta parte do modelo – “cidadania empresarial” – refere-se a uma série de ações relacionadas aos públicos que interagem com a empresa, com grande ênfase no público interno. Em sua maioria, são indicadores qualitativos que mostram como está a participação interna e a distribuição dos benefícios. Também aparecem nesta parte do balanço algumas das diretrizes e dos processos desenvolvidos na empresa que estão relacionados às políticas e práticas de gestão da responsabilidade social corporativa.
7. **Outras informações:** Este espaço é reservado e amplamente utilizado pelas empresas para divulgar outras informações que sejam relevantes para a compreensão de suas práticas sociais e ambientais. As empresas que solicitam o “Selo Balanço Social Ibase/Betinho” devem apresentar suas declarações de não utilização de mão-de-obra infantil ou de trabalho análogo ao escravo ou degradante; seu não envolvimento com prostituição ou exploração sexual infantil ou adolescente; seu não envolvimento com corrupção; e seu compromisso com a valorização e o respeito à diversidade. (IBASE, 2008, p. 25-27)

O Ibase oferece quatro modelos de Balanço Social: para empresas em geral, para micro e pequenas empresas, para cooperativas e para instituições de ensino, fundações e organizações sociais. Eles estão disponíveis no site <[www.balancosocial.org.br](http://www.balancosocial.org.br)>.

A Figura 3, a seguir, apresenta o modelo Ibase para de estrutura para empresas em geral.

Figura 3 – Balanço Social no modelo Ibase para empresas em geral

BALANÇO SOCIAL ANUAL		
EMPRESA:		
1 – BASE DE CÁLCULO	20XX VALOR (MIL REAIS)	20XX-1 VALOR (MIL REAIS)
Receita líquida (RL)	0	0
Resultado operacional (RO)	0	0
Folha de pagamento bruta (FPB)	0	0

### Unidade 3 - Relatórios sociais

<b>2 – INDICADORES SOCIAIS INTERNOS</b>	<b>VALOR (MIL)</b>	<b>% SOBRE FPB</b>	<b>% SOBRE RL</b>	<b>VALOR (MIL)</b>	<b>% SOBRE FPB</b>	<b>% SOBRE RL</b>
Alimentação	0					
Encargos sociais compulsórios	0					
Previdência privada	0					
Saúde	0					
Segurança e saúde no trabalho	0					
Educação	0					
Cultura	0					
Capacitação e desenvolvimento profissional	0					
Creches ou auxílio-creche	0					
Participação nos lucros ou resultados	0					
Outros	0					
Total – Indicadores sociais internos	0					
<b>3 – INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS</b>	<b>VALOR (MIL)</b>	<b>% SOBRE RO</b>	<b>% SOBRE RL</b>	<b>VALOR (MIL)</b>	<b>% SOBRE RO</b>	<b>% SOBRE RL</b>
Educação	0					
Cultura	0					
Saúde e saneamento	0					
Esporte	0					
Combate à fome e segurança alimentar	0					
Outros	0					
Total das contribuições para a sociedade	0					
Tributos (excluídos encargos sociais)	0					
Total – Indicadores sociais externos	0					
<b>4 – INDICADORES AMBIENTAIS</b>	<b>VALOR (MIL)</b>	<b>% SOBRE RO</b>	<b>% SOBRE RL</b>	<b>VALOR (MIL)</b>	<b>% SOBRE RO</b>	<b>% SOBRE RL</b>
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa	0					
Investimentos em programas e/ou projetos externos	0					
Total dos investimentos em meio ambiente	0					
Quanto ao estabelecimento de “metas anuais” para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/ operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa		<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%			<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%	
<b>5 – INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL</b>	<b>20XX</b>		<b>20XX-1</b>			
No de empregados(as) ao final do período	0		0			
No de admissões durante o período	0		0			
No de empregados(as) terceirizados(as)	0		0			
No de estagiários(as)	0		0			
No de empregados(as) acima de 45 anos	0		0			



Curso de Graduação em Ciências Contábeis

No de mulheres que trabalham na empresa	0	0
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	0,00%	0,00%
No de negros(as) que trabalham na empresa	0	0
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	0,00%	0,00%
No de pessoas com deficiência ou necessidades especiais	0	0

6 – INFORMAÇÕES RELEVANTES QUANTO AO EXERCÍCIO DA CIDADANIA EMPRESARIAL	20XX VALOR (MIL REAIS)	METAS 20XX+1
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	0	0
Número total de acidentes de trabalho	0	0
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as) + Cipa <input type="checkbox"/> todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve <input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT <input type="checkbox"/> incentivará e seguirá a OIT
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> direção
A participação dos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências <input type="checkbox"/> direção e gerências
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são considerados <input type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as) <input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as) <input type="checkbox"/> serão exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve <input type="checkbox"/> apoia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva <input type="checkbox"/> apoiará
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa _____	na empresa _____
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	no Procon _____%	no Procon _____%
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 20XX: _____	Em 20XX-1: _____
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	_____% governo _____% colaboradores(as) _____% terceiros _____% retido	_____% governo _____% colaboradores(as) _____% terceiros _____% retido

7 – OUTRAS INFORMAÇÕES



Cabe destacar a distribuição do valor adicionado, que é demonstrado no item 6 do Balanço Social – Modelo IBASE, semelhante ao que é apresentado na própria Demonstração do Valor Adicionado, obrigatória para todas as Companhias de Capital Aberto e as equiparadas a empresas de grande porte.

## 3.2 RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE DE ACORDO COM AS DIRETRIZES DA GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Existem vários modelos de Relatórios de Sustentabilidade disponíveis, mas atualmente o modelo de relatório com maior credibilidade no cenário internacional é o da *Global Reporting Initiative* (GRI). Assim como outros modelos, ele serve para medir e divulgar os impactos socioambientais causados pelas atividades cotidianas de uma organização. O processo de relato de sustentabilidade é voluntário, mas é o que auxilia as organizações a estabelecerem metas, aferirem seu desempenho e gerirem mudanças com vistas a tornar as operações mais sustentáveis. O Relatório de Sustentabilidade proposto pelas diretrizes da GRI divulga informações sobre os impactos de uma organização, sejam eles positivos ou negativos, sobre o meio ambiente, a sociedade e a economia.

A GRI é uma ampla rede independente composta por milhares de indivíduos e organizações que estão distribuídos em mais de 30 países e tem sede em Amsterdam, Holanda.

No Brasil, a GRI conta com a parceria da UniEthos e do Núcleo de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas, o GVces. A GRI é também um núcleo oficial de colaboração do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente.



### SAIBA MAIS

A Natura Cosméticos foi a empresa pioneira no Brasil, tendo feito a publicação de seu relatório em 2004. Os relatórios de sustentabilidade da Natura podem ser acessados no site da empresa. O de 2013 pode ser acessado pelo endereço <[http://natu.infoinvest.com.br/ptb/4876/Natura\\_GRI\\_Completo\\_20140328final.pdf](http://natu.infoinvest.com.br/ptb/4876/Natura_GRI_Completo_20140328final.pdf)>.



No setor do agronegócio, as usinas de cana-de-açúcar também estão sendo pioneiras, com do apoio da União da Indústria de Cana-de-Açúcar (Unica). Algumas empresas brasileiras que divulgaram relatórios GRI são: o Banco Real, a Aracruz Celulose, a Natura Cosméticos, a Bunge, a Usina São Manoel, a Duratex, a Medley, a Petrobrás, o Banco Itaú e a Walmart Brasil.



### SAIBA MAIS

Todos os relatórios de sustentabilidade estão disponíveis na *web* para consulta. A lista de empresas, brasileiras e de outros países, que elaboram seus Relatórios de Sustentabilidade pode ser obtida no site da *Global Reporting Initiative* pelo endereço <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Reports-List-1999-2014.zip>>.

As diretrizes da GRI estão na sua quarta versão, a G4 (de 2013), e constituem um marco internacional relevante no apoio a uma abordagem padronizada de elaboração de relatórios, elevando o grau de transparência e consistência necessária para tornar as informações úteis e confiáveis para a sociedade. Para a elaboração do Relatório de Sustentabilidade, a GRI desenvolveu documentos de apoio. Na versão G4, são dois documentos:

- G4 Diretrizes para Relato de Sustentabilidade: Princípios para o relato e conteúdo padrão; e
- G4 Diretrizes para Relato de Sustentabilidade: Manual de implementação.

O conteúdo do Relatório de Sustentabilidade, de acordo com a nova versão da GRI, está organizado em dois grandes grupos: conteúdos padrão gerais e conteúdos padrão específicos. As informações relatadas são correlacionadas às diretrizes da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), sigla do francês *Organisation de coopération et de développement économiques* (OCDE) para empresas multinacionais e com os Dez Princípios do **Pacto Global das Nações Unidas**.

Você se lembra desses princípios? Tratamos deles na Unidade 2.

No relato da seção conteúdos padrão gerais são propostas oito subcategorias de conteúdo, enquanto a de conteúdos padrão específicos a GRI G4 propõem três subcategorias, detalhadas no Quadro 1.



Quadro 1 – Conteúdo do relatório de acordo com as diretrizes GRI G4

<b>CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS</b>	<p>Estratégia e Análise          Perfil Organizacional          Aspectos Materiais Identificados e Limites          Engajamento de <i>Stakeholders</i>          Perfil do Relatório          Governança          Ética e Integridade          Conteúdos setoriais gerais</p>
<b>CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS</b>	<p>Informações sobre a Forma de Gestão          Indicadores por aspectos          Indicadores e conteúdos setoriais específicos</p>

Fonte: Global Reporting Initiative (2013)

A subcategoria Indicadores fornece informações sobre o desempenho ou os impactos econômicos, ambientais e sociais da organização, especificados no Quadro 02.

Quadro 2 – Indicadores por aspectos abordados pelas diretrizes da GRI G4

CATEGORIA	ASPECTOS ABORDADOS
<b>ECONÔMICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempenho econômico</li> <li>• Presença no mercado</li> <li>• Impactos econômicos indiretos</li> <li>• Práticas de compra</li> </ul>
<b>AMBIENTAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materiais</li> <li>• Energia</li> <li>• Água</li> <li>• Biodiversidade</li> <li>• Emissões</li> <li>• Efluentes e resíduos</li> <li>• Produtos e serviços</li> <li>• Conformidade</li> <li>• Transportes</li> <li>• Geral</li> <li>• Avaliação ambiental de fornecedores</li> <li>• Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a impactos ambientais</li> </ul>

CATEGORIA SOCIAL			
PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE	DIREITOS HUMANOS	SOCIEDADE	RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprego</li> <li>• Relações entre trabalhadores e empregadores</li> <li>• Saúde e segurança no trabalho</li> <li>• Treinamento e educação</li> <li>• Diversidade e igualdade de oportunidades</li> <li>• Igualdade de remuneração entre mulheres e homens</li> <li>• Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas</li> <li>• Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investimentos</li> <li>• Não discriminação</li> <li>• Liberdade de associação e negociação coletiva</li> <li>• Trabalho infantil</li> <li>• Trabalho forçado ou análogo ao escravo</li> <li>• Práticas de segurança</li> <li>• Direitos indígenas</li> <li>• Avaliação</li> <li>• Avaliação de fornecedores em direitos humanos</li> <li>• Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a direitos humanos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunidades locais</li> <li>• Combate à corrupção</li> <li>• Políticas públicas</li> <li>• Concorrência desleal</li> <li>• Conformidade</li> <li>• Avaliação de fornecedores em impactos na sociedade</li> <li>• Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a impactos na sociedade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saúde e segurança do cliente</li> <li>• Rotulagem de produtos e serviços</li> <li>• Comunicações de marketing</li> <li>• Privacidade do cliente</li> <li>• Conformidade</li> </ul>

Fonte: Global Reporting Initiative (2013)

As empresas que elaboram seu Relatório de Sustentabilidade de acordo com as diretrizes da GRI podem migrar até 31 de dezembro 2015 para a versão G4, que foi apresentada em 2013. Até essa data, a GRI continuará reconhecendo os relatórios elaborados com base nas diretrizes G3 e G3.1. Com relação à comunicação ou à publicação do relatório, na versão G4, diferentemente das versões anteriores, as diretrizes oferecem duas opções para as organizações que elaboram seu Relatório de Sustentabilidade: De Acordo – Essencial e De Acordo – Abrangente. A opção Essencial contém os elementos essenciais de um Relatório de Sustentabilidade, oferecendo uma base na qual a organização relata os impactos do seu desempenho econômico, ambiental, social e de governança. A opção Abrangente exige o relato de informações adicionais sobre a estratégia, a análise, a governança, a ética e a integridade da organização, além da comunicação do desempenho de forma mais ampla.



Nas versões anteriores, existem três níveis de aplicação: C, B e A. Cada nível estabelece um número de indicadores que devem ser respondidos e a quantidade de informações que deve o relatório deve conter. O nível C, por exemplo, estabelece um mínimo de 10 indicadores que devem ser respondidos, enquanto o nível B exige um mínimo de 20 indicadores.



As Diretrizes identificam as informações a serem divulgadas, que são relevantes e essenciais para a maioria das organizações e que são do interesse da maior parte dos *stakeholders*. Considerando que as duas versões das diretrizes podem ser utilizadas até 31 de dezembro de 2015, apresentamos no Quadro 3, apresentado a seguir, a versão G3.

Quadro 3 – Conteúdo do Relatório de acordo com as diretrizes GRI G3

<b>PERFIL</b>	Informações que estabelecem o contexto geral para a compreensão do desempenho organizacional, tais como sua estratégia, perfil e governança.
<b>FORMA DE GESTÃO</b>	Conteúdo que descreve o modo como a organização trata determinado conjunto de temas para fornecer o contexto para a compreensão do desempenho em uma área específica.
<b>INDICADORES DE DESEMPENHO</b>	Informações comparáveis sobre o desempenho econômico, ambiental e social da organização.

Fonte: GLOBAL REPORTING INITIATIVE. Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade (2006)

No Quadro 4, que você pode ver a seguir, apresentamos uma síntese do conteúdo do Relatório de Sustentabilidade de acordo com a versão G3.

Quadro 4 – Detalhamento dos indicadores de desempenho da GRI G3

<b>INDICADORES</b>	<b>DIMENSÃO DA SUSTENTABILIDADE</b>
Desempenho econômico	Refere-se aos impactos da organização sobre as condições econômicas de seus stakeholders e sobre os sistemas econômicos em nível local, nacional e global. O relato deve apresentar o desempenho econômico, a presença no mercado e os impactos econômicos indiretos.
Desempenho ambiental	Refere-se aos impactos da organização sobre sistemas naturais vivos e não vivos, incluindo ecossistemas, terra, ar e água. Devem ser divulgadas informações com referências aos seguintes aspectos ambientais: materiais, energia, água, biodiversidade, emissões, efluentes e resíduos, produtos e serviços, conformidade, transporte, geral.
Desempenho social	A dimensão social da sustentabilidade se refere aos impactos da organização nos sistemas sociais nos quais opera e está subdividido nas seguintes dimensões: práticas trabalhistas, direitos humanos, sociedade e responsabilidade pelo produto.
a) Práticas trabalhistas e de trabalho decente	Aspectos específicos referentes a práticas trabalhistas baseiam-se em normas internacionalmente reconhecidas. Envolvem os seguintes aspectos: emprego, relações entre os trabalhadores e a governança, saúde e segurança no trabalho, treinamento e educação, diversidade e igualdade de oportunidade.
b) Direitos humanos	Requerem que as organizações incluam em seus relatórios a importância dada aos direitos humanos nas práticas de investimentos e seleção de fornecedores/empresas contratadas. Abordam as seguintes práticas: não discriminação, liberdade de associação e acordo de negociação coletiva, abolição do trabalho infantil, prevenção do trabalho forçado e escravo, práticas de reclamações e queixas, práticas de segurança, direitos dos indígenas.

c) Sociedade	Enfocam os impactos que as organizações geram nas comunidades em que operam e a divulgação de como os riscos resultantes de suas interações com outras instituições sociais são geridos e mediados. Contemplam os seguintes temas: comunidade, corrupção, políticas públicas, concorrência desleal, conformidade.
d) Responsabilidade pelo produto	Abordam os aspectos dos produtos e serviços da organização relatora que afetam diretamente os clientes. Esses aspectos são tratados principalmente por meio da divulgação sobre procedimentos internos e o quanto eles não são seguidos, envolvendo: saúde e segurança do cliente, rotulagem de produtos e serviços, comunicações e marketing, privacidade do cliente, conformidade.

Fonte: Global Reporting Initiative (2006)

Como ilustração, segue no Quadro 5 um recorte do índice remissivo do Relatório de Sustentabilidade da empresa Natura, no qual podemos visualizar os indicadores do aspecto “água”, da dimensão ambiental, que deve reportar pontos referentes a: materiais, energia, água, biodiversidade, emissões, efluentes e resíduos, produtos e serviços, conformidade, transportes, geral, avaliação ambiental de fornecedores, mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a impactos ambientais.

Quadro 5 – Recorte do indicador água da dimensão ambiental do Relatório de Sustentabilidade 2013 da Natura

INDICADOR	DESCRIÇÃO	FORMA DE GESTÃO	OMISSÃO	PAG. VERIF. EXTERNA	PAG. DA RESPOSTA
Água	G4 - EN8	Total de água retirada por fonte	-	172	64,65,66
	G4 - EN9	Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água	-	172	65
	G4 - EM10	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada	-	172	66

Fonte: Natura (2013)

O índice remissivo do Relatório de Sustentabilidade serve como guia para se ter uma visão geral do conteúdo reportado no relatório, bem como outras informações, como a apresentação da justificativa, caso algum indicador não seja reportado (omissão), a indicação das páginas do relatório que apresentam a verificação externa e indicação do número das páginas que relatam o conteúdo de cada indicador, conforme pode ser visualizado no Quadro 5, que apresenta um recorte de um dos aspectos da dimensão desempenho ambiental.

Conforme evidenciamos nesse quadro, os Relatórios de Sustentabilidade elaborados de acordo as diretrizes da GRI têm como recomendação a verificação externa, conferindo a eles maior credibilidade e confiabilidade das infor-



mações reportadas. Essa verificação externa segue padrões da *International Federation of Accountants* (IFAC), pela norma *International Standard on Assurance Engagements 3000* (ISAE 3000), aplicáveis às informações não históricas. A ISAE 3000 é integralmente adotada no Brasil, por meio da Norma Brasileira de Contabilidade – NBC TO 3000 – Trabalho de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão. Para um maior conhecimento dos Relatórios de Sustentabilidade recomenda-se o acesso e a leitura de alguns relatórios de empresas brasileiras.



### SAIBA MAIS

Você pode se familiarizar melhor com os seguintes documentos das diretrizes – o G4 Diretrizes para Relato de Sustentabilidade: Princípios para o relato e conteúdo padrão (2013); o G4 Diretrizes para Relato de Sustentabilidade: Manual de implementação (2013); e as Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade G3 (2006) – acessando a sua versão em português por meio do endereço eletrônico <<http://www.globalreporting.org>>.

A lista de empresas que elaboram seus Relatórios de Sustentabilidade também pode ser obtida no *site* da GRI por meio do endereço <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Reports-List-1999-2014.zip>>.

## RESUMO DA UNIDADE

Nesta Unidade, apresentamos o Balanço Social e o Relatório de Sustentabilidade de acordo com as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI), que são tidos como referências em termos de Relatórios Sociais utilizados pelas organizações na evidência do comportamento social. Como vimos, o Balanço Social pode ser considerado uma das primeiras iniciativas para evidência das ações sociais das organizações.

O Ibase, por meio do seu idealizador Betinho, desenvolveu um modelo simplificado, porém que expressa de forma consolidada e resumida o comportamento social da organização. Para isso, foram elaborados modelos que respeitam as individualidades setoriais dos principais segmentos da economia.

Já o Relatório da GRI de 2014 é considerado pelos estudiosos da área e pelas grandes corporações o que melhor retrata o comportamento social em todas as dimensões que uma organização pode impactar na sociedade. Esse relatório serve de modelo para as demais propostas de relatórios sociais utilizados pelas organizações.







## Unidade 4

# CONTABILIDADE AMBIENTAL

Nesta Unidade, temos como objetivo apresentar algumas especificidades relacionadas à Contabilidade Ambiental, apresentando a sua evolução, os seus principais conceitos e uma proposta de Plano de Contas. Nosso foco aqui é apresentar uma forma de evidenciação contábil das questões relacionadas ao meio ambiente.

## 4.1 CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS

Tendo em vista o desenvolvimento de estudos voltados à sustentabilidade ambiental e à percepção da sociedade em relação ao esgotamento dos recursos naturais, o Estado, como representante legítimo da sociedade, obrigou-se a adotar medidas disciplinares e impositivas para sanar ou reduzir os impactos ambientais. As organizações, conseqüentemente, foram induzidas a investir em processos menos impactantes e em tecnologias limpas (RIBEIRO, 2005).

Conforme Paiva (2003, p.19),

o homem precisa prestar conta a seus semelhantes, no presente e no futuro, sobre a utilização dos recursos não renováveis existentes. O veículo que pode prestar-se tal tarefa é a Contabilidade, aqui designada como Contabilidade Ambiental.

No Brasil, a Contabilidade Ambiental teve o seu marco teórico em 1996 com a edição da Norma e Procedimentos de Auditoria 11 (NPA) – Balanço e Ecologia pelo Instituto dos Auditores Independentes do Brasil (Ibracon), cujo objetivo era estabelecer uma interligação entre a contabilidade e o meio ambiente. Nessa norma, recomenda-se a adoção de processos de gestão ambiental, implicando em registros específicos para os Ativos e Passivos Ambientais. (CARVALHO, 2012).

Segundo Carvalho (2012), na Contabilidade Ambiental se destacam os registros e as evidenciações, pela entidade, aos eventos relacionados com o meio ambiente. Isso não significa que configure uma nova técnica, mas sim uma abordagem específica da Contabilidade. Essa abordagem pode ser dentro da própria Contabilidade tradicional ou então em uma demonstração individualizada sobre esse campo específico.

No entendimento de Ribeiro (2005, p. 45), “a contabilidade ambiental não é uma nova ciência, mas uma segmentação da tradicional, já amplamente conhecida”.

Assim, a Contabilidade evoluiu na sua forma de aplicação, tornando-se uma ferramenta importante para as organizações que visam a adotar as políticas sustentáveis, sendo um meio para demonstrar os seus resultados ambientais.



Observe que também o controle e a evidenciação das ações ambientais podem resultar em benefícios financeiros e influenciar positivamente a imagem da organização na sociedade (RIBEIRO, 2005).

Na opinião de Kraemer e Tinoco (2004, p.148) “a contabilidade ambiental é o veículo adequado para divulgar informações sobre o meio ambiente”. De acordo com esses autores, deixar de incluir os custos, as despesas e as obrigações ambientais distorcerá não apenas a situação patrimonial da empresa, mas também as suas finanças e os seus resultados.

O objetivo da evidenciação das informações ambientais, segundo Ferreira, Lucatelli e Monteiro (2009), reside na divulgação, para os *stakeholders*, de informações sobre o desempenho das organizações relativo às questões ambientais, bem como as demais informações que possam afetar o patrimônio das organizações.

Para Ribeiro (2005, p. 45), os objetivos da contabilidade ambiental são

[...] identificar, mensurar e esclarecer os eventos e transações econômico-financeiras que estejam relacionadas com a proteção, preservação e recuperação ambiental, ocorridos em determinado período, visando a evidenciação da situação patrimonial de uma entidade.

A demonstração e a evidenciação dos eventos relacionados ao meio ambiente podem ser apresentados de forma completa e inseridos nas demonstrações tradicionais com as respectivas notas explicativas.

A Contabilidade, com o seu valor informacional, não poderia ficar indiferente ao processo de mensuração, controle e evidenciação dos impactos ambientais com base nos preceitos ambientais discutidos e homologados pela comunidade internacional. Nesse sentido, um dos maiores desafios encontrados para o avanço da Contabilidade Ambiental está associado ao processo da valoração ambiental.

De acordo com Carvalho (2012), há métodos de valoração diretos, que são:

- método de mudança de produtividade;
- método do custo de doenças;
- método do custo de oportunidade;

- método do projeto sombra; e
- método de mercado de gastos potenciais.

Já os **métodos de valoração** indiretos são:

- método de valoração contingente;
- método do custo de viagem;
- método do preço hedônico;
- método do custo de viagem hedônico;
- método do função dose-resposta; e
- método do diferencial de salário.

Não é nosso foco, nesta disciplina, detalhar esses métodos de valoração ambiental, daí a razão de a abordagem se restringir à citação dos métodos elencados por Carvalho (2012).

Ao encontro das discussões relacionadas à Contabilidade Ambiental, desde 2009 o Conselho Federal de Contabilidade discute procedimentos de evidência de eventos de natureza ambiental. Como resultado, obteve-se a minuta de uma Interpretação Técnica Geral sobre o assunto, a ITG 2004. No Quadro 6, em seguida, apresentamos uma síntese dos principais abordados nessa Interpretação Técnica.

Quadro 6 – Conceitos relacionados à contabilidade ambiental

EVENTO	CONCEITO
Ativo ambiental	É o recurso controlado pela entidade, cujos benefícios futuros esperados estão diretamente associados com a proteção do meio ambiente ou com a recuperação daquele já degradado. Incluem-se também as áreas nativas mantidas para a conservação. Exemplos: (a) estoques de insumos que serão utilizados no tratamento de resíduos do processo produtivo em um período de até doze meses ou ciclo operacional, se maior (circulante); ou (b) estação de tratamento de efluentes (não circulante).
Passivo ambiental	É a obrigação presente para com terceiros, resultante de impactos causados ao meio ambiente. Pode se constituir na obrigação de recuperação de áreas degradadas, indenização de terceiros, em função dos efeitos de danos ambientais, obrigação de criar meios de compensação para minimizar danos ambientais e, ainda, multas e penalidades semelhantes por infração à legislação ambiental. Exemplos: provisões para desmantelamento ou para reparar contaminação do lençol freático pela utilização de produtos tóxicos utilizados no processo produtivo.
Receita ambiental	É o ingresso de recursos para a entidade proveniente dos serviços de conservação e preservação de áreas nativas no estado natural e de elementos da natureza como água, ar, flora ou fauna, isoladamente ou em conjunto. Por exemplo, a entidade auferiu recursos para manter determinada área sem exploração e/ou recuperá-la, como recurso auferido de programa de políticas públicas ambientais.



Contingência ambiental	Refere-se a riscos de natureza ambiental a que se sujeita a entidade em função de sua interação com o meio ambiente. Tais riscos envolvem aspectos econômico-financeiros relacionados a eventos passados ou de uma obrigação presente.
Custo ambiental	É o consumo de recurso pela entidade relacionado ao processo produtivo que tenha por objetivo monitorar, mitigar e prevenir danos ambientais causados pelas atividades operacionais ou outros consumos vinculados à produção. O custo de natureza ambiental subdivide-se em: custo ambiental, custo pró-ambiental e economias de recursos oriundas de recuperação de custos ou despesas.
Meio ambiente	É o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas.
Despesa ambiental	É o gasto geral que tenha relação com o meio ambiente e que não esteja relacionado especificamente com o processo produtivo da entidade. Por exemplo, ao: - implementar a política ambiental, tendo gasto com cartazes, cartilhas, folders e outros; - implementar a educação ambiental para os empregados, os terceirizados, os autônomos, os administradores e a comunidade; e - dar cumprimento a compensações ambientais a serem realizadas pela entidade em decorrência de sua atividade;
Receita pró-ambiental	É o recurso econômico proveniente de ações que tenham por finalidade a redução dos impactos ambientais provocados pelas atividades da entidade ou de terceiros.
Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) ou Compromisso de Ajustamento de Conduta (CAC)	É o acordo realizado entre órgãos públicos, que têm legitimidade para ajuizar Ação Civil Pública contra um infrator da legislação ambiental, ou, mais precisamente, que seja responsável por danos causados ao meio natural. Por meio desse acordo, o causador dos danos ao meio ambiente assume o compromisso de ajustar sua conduta às exigências da lei, mediante sanções.
Estudo Prévio de Impacto Ambiental (EIA)	É o relatório que apresenta a análise ampla e profunda dos impactos ambientais e das medidas mitigadoras ao meio ambiente apresentadas em virtude do funcionamento de empreendimento de acordo com a legislação ambiental vigente.
Relatório de Impacto Ambiental (RIMA)	É o relatório ambiental que descreve, de forma acessível à sociedade, os impactos ambientais e as medidas mitigadoras que o empreendimento realizará conforme o seu funcionamento, tendo como base o EIA.

Fonte: NBC ITG 2004 – Interação da entidade com o meio ambiente (2014)

Observamos, com base nos conceitos apresentados no Quadro 6, que a Contabilidade tradicional pode apresentar uma abordagem que demonstra o valor informacional na área ambiental.

## 4.2 EVIDENCIAÇÃO CONTÁBIL

Para evidenciar eventos de natureza ambiental, faz-se necessário a segregação de contas dentro da Contabilidade tradicional, de modo que elas possam ser reportadas nas demonstrações contábeis. Como exemplo de segregação de contas ambientais, apresentamos nesta Unidade a proposta de Plano de Contas Ambientais de Carvalho (2012), conforme você pode acompanhar no Quadro 7, a seguir.

Quadro 7 – Proposta de contas ambientais

ATIVO
ATIVO CIRCULANTE
CLIENTES
-Clientes ambientais
.....
ESTOQUES AMBIENTAIS
- Estoques de matérias-primas ambientais
- Estoques de produtos em processos ambientais
- Estoques de produtos acabados/reciclados
.....
ATIVOS NÃO CIRCULANTE
INVESTIMENTO AMBIENTAL
- Florestamento e reflorestamento para proteção do meio ambiente
- Participação em fundo de investimento ambiental
- Reserva florestal
.....
IMOBILIZADO AMBIENTAL
- Equipamentos e filtros ambientais
- Florestamento e reflorestamento ambiental
- Obras de drenagem superficial
.....
INTANGIVEL AMBIENTAL
Marcas e patentes ambientais
.....
- ( - ) Depreciação acumulada ambiental
- ( - ) Amortização acumulada ambiental
- ( - ) Exaustão acumulada ambiental
.....
PASSIVO
PASSIVO AMBIENTAL
- Fornecedores de bens ambientais
- Provisões ambientais
- Compactação de solos
- Poluição atmosférica
- Poluição sonora
- Poluição das águas
- Degradação de solo
- Degradação de fauna
- Degradação de flora
- Degradação ambiental a pagar
- Obrigações fiscais ambientais a pagar
- Erosão ambiental
- Indenizações ambientais a pagar
- Contingências ambientais



PASSIVO NÃO CIRCULANTE

- Fornecedores de bens ambientais
- Indenizações ambientais
- Contingências ambientais

.....  
PATRIMONIO LÍQUIDO

.....  
RESERVAS

- .....  
Reserva para contingências ambientais  
.....

.....  
LUCRO OU PREJUÍZO

- .....  
- Lucro ambientalmente correto  
( - ) Prejuízo ambiental  
.....

CUSTOS

CUSTOS AMBIENTAIS

- Custos de reciclagem de materiais
- Custos com depreciação e amortização de ativos ambientais
- Custos com preservação e recuperação ambiental
- Custos com materiais utilizados na preservação ou recuperação ambiental
- Salários e encargos do pessoal empregado diretamente na área ambiental da organização

.....  
DESPESAS

DESPESAS OPERACIONAIS

DESPESAS AMBIENTAIS

- Despesas com políticas internas de preservação ambiental
- Despesas com salários e encargos
- Despesa com proteção/conservação ou preservação ambiental
- Despesa com coleta e destinação ambiental
- Despesa com treinamento na área ambiental
- Despesa com manutenção e equipamentos ambientais
- Despesa com depreciação do material permanente
- Despesa com compensação ambiental
- Despesa com Programa de Educação Ambiental
- Despesa com Programa de Controle Ambiental
- Despesa com recuperação ambiental
- Despesa com erosão ambiental ou compactação de solos
- Despesa com poluição das águas
- Despesa com poluição sonora
- Despesa com poluição atmosférica
- Dano ambiental
- Despesa com auditoria ambiental
- Despesas com consultoria para elaboração de EIA/RIMA
- Despesa com degradação de fauna



- Despesa com degradação florística
- Despesa com degradação de solos
- Despesa com degradação ambiental
- Despesa com prevenção de acidentes ambientais
- Despesa com adaptação ambiental
- Despesa com o tratamento de efluentes
- Despesa com licenças ambientais
- Despesa com multas e indenizações ambientais

.....  
RECEITAS

.....  
RECEITAS AMBIENTAIS

- Venda de seus subprodutos
- Venda de produtos reciclados

Fonte: Adaptado de Carvalho (2012)

Essa proposta se refere apenas às contas ambientais, não tendo sido inseridas as demais contas para evitar que o exemplo ficasse muito extenso. Assim, com base nas contas ambientais apresentadas no Quadro 7, é possível realizar a evidenciação do comportamento da organização em relação às questões ambientais.



## RESUMO DA UNIDADE

Esta Unidade demonstrou a inserção da Contabilidade tradicional no contexto do meio ambiente, dando origem à denominada Contabilidade Ambiental. Nesse sentido, apresentamos os principais conceitos relacionados a esse tema, facilitando a compreensão dos aspectos relacionados à utilização da contabilidade tradicional como meio de evidenciação dos aspectos ambientais. Para visualizarmos a inserção das questões ambientais na abordagem da Contabilidade tradicional, apresentamos uma proposta de plano de contas, no qual fica clara a maneira pela qual a Contabilidade pode contribuir na evidenciação das questões ambientais.



## Unidade 5

# GESTÃO AMBIENTAL

Nesta Unidade, temos como objetivo compreender as diferentes ferramentas de gestão que procuram eliminar ou reduzir os impactos das atividades humanas sobre o meio ambiente. Para tanto, exploraremos um pouco o conceito de gestão e os seus diferentes níveis. A partir disso, apresentaremos uma série de instrumentos de gestão ambiental que trabalham em uma perspectiva de adequar o funcionamento das organizações com o seu entorno natural.

## 5.1 CONCEITO DE GESTÃO

Trataremos aqui dos conceitos que englobam a gestão ambiental, os seus níveis e instrumentos.



Vamos compreender o que é responsabilidade ambiental corporativa e também aprenderemos no que consiste a ISO 14001, entendendo o que é essa norma e como ela é utilizada. No final desta Unidade, estudaremos auditoria ambiental, *marketing* e rotulagem ambiental.

Podemos afirmar que, sendo a gestão o ato de gerir, ela consiste em realizar as funções de gerência, administração ou direção. Ela pode ser entendida como o processo de tomar decisões sobre objetivos e recursos. Ou seja, é a ação de integrar pessoas, estrutura e recursos orientados para um objetivo comum.

Essa definição nos remete à existência de uma instituição, pública ou privada, a ser gerida ou administrada, cabendo aos gestores adotar práticas responsáveis de gestão aliadas aos objetivos das organizações. Para tanto, Andrade, Tachizawa e Carvalho (2002) afirmam que a preocupação com as questões ambientais extrapolou a função exclusiva de proteção para tornar-se também uma função da administração ou da gestão.

O gerenciamento ambiental não se limita à administração pública ou privada. Segundo Andrade, Tachizawa e Carvalho (2002), ele reúne questões ligadas à Sociologia, à Economia, às Finanças, à Teoria do Estado, à Teoria das Organizações, à Psicologia, ao Direito, ao Planejamento etc. Portanto, os problemas de gestão ambiental não são meramente administrativos.

As organizações já começaram a enxergar esse desafio como uma estratégia de crescimento e sobrevivência. Portanto, é inegável a importância que os gestores e administradores exercem e a necessidade da inserção de tecnologias de gestão para o desempenho socialmente responsável por parte das organizações e dos diferentes tipos de negócios.



Segundo Tachizawa (2010), o novo contexto econômico caracteriza-se por uma rígida postura dos clientes voltada às expectativas de interagir com organizações éticas e que atuem de forma ecologicamente responsável. Assim, a gestão de negócios, com preocupação ambiental, torna-se um importante instrumento para a capacitação e a criação de condições de competitividade para as organizações, qualquer que seja o seu segmento de mercado.

## 5.2 GESTÃO PÚBLICA

A gestão pública pode ser entendida como a atividade de gestão que visa à satisfação dos interesses e das necessidades coletivas. Tem como principal objetivo o interesse público e deve obedecer aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

A administração pública pode ser direta ou indireta. Administração pública direta é composta pelos órgãos aos quais foram atribuídas as atividades administrativas do Estado, como a União, os Estados, os municípios e o Distrito Federal. Já a administração pública indireta é composta por entidades que possuem personalidade jurídica própria, como autarquias, fundações, empresas públicas e sociedades de economia mista.

A gestão pública, ou administração pública, compreende a administração direta e indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos municípios, e abrange as entidades com personalidade jurídica de direito privado sob o controle do Poder Público e das fundações por ele instituídas e mantidas (BIDERMAN *et al.*, 2008).

A administração pública não regula somente a economia mediante leis, incentivos e subvenções, mas também participa ativamente no mercado e na qualidade de vida dos consumidores: compra produtos, contrata serviços e obras segundo as necessidades do mesmo modo que qualquer outra empresa particular.

Assim como na gestão privada, a gestão pública necessita considerar as questões ambientais como fator de sustentabilidade. Assim, foi criada a agenda ambiental na administração pública, ou a chamada **A3P**, um programa que cuida da inserção de critérios ambientais nas áreas de governo visando a minimizar ou eliminar os impactos ao meio ambiente provocados por atividades administrativas ou operacionais.

Para conhecer detalhadamente a A3P, acesse <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/a3p/item/8852>>.

Na administração pública, a construção de uma nova cultura institucional, voltada para a qualidade de vida no trabalho, a adoção de critérios ambientais corretos e práticas sustentáveis em todos os níveis de governo requer o comprometimento das instituições e dos servidores públicos que nelas trabalham.

De nada adiantam ações educativas decorrentes de programas e projetos governamentais, se, dentro de nossos locais de trabalho, nós nos tornamos seus meros espectadores (AGENDA AMBIENTAL NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, 2001).

### 5.3 GESTÃO AMBIENTAL E SEUS NÍVEIS

A gestão ambiental consiste na administração das atividades econômicas e sociais com a finalidade de utilizar da melhor maneira os recursos naturais, preservando a biodiversidade e amenizando os impactos ambientais.

Segundo Barbieri (2007), gestão ambiental pode ser entendida como a administração do exercício de atividades econômicas que envolvem diretrizes e atividades administrativas e operacionais com o objetivo de obter efeitos positivos sobre o meio ambiente. Isso pode ser feito reduzindo ou eliminando os danos ou problemas causados pela ação do homem, ou ainda evitando que eles surjam.

A evolução dos cuidados com o meio ambiente surge exatamente com a preocupação expressa pela definição de desenvolvimento sustentável. Segundo D'Avignon (1996), essa evolução corresponde às exigências da comunidade internacional de um desenvolvimento compatível com as condições físicas e biológicas do planeta e com a sobrevivência condigna das gerações futuras.

Os problemas ambientais globais exigem respostas globais. Segundo Barbieri (2007), os impactos ambientais praticados por uma empresa podem ser classificados em impactos internos e externos ao país onde a empresa se situa, embora os limites entre eles nem sempre sejam fáceis de serem estabelecidos. A degradação ambiental que não ultrapassa o território de um país caracteriza-se apenas como um problema de ordem interna, porém, como as questões concernentes à competitividade das empresas ocorrem em um espaço internacionalizado, esse problema também adquire uma dimensão internacional.



Segundo o mesmo autor, qualquer proposta de gestão ambiental inclui, no mínimo, três dimensões:

- dimensão espacial – área na qual se espera que as ações de gestão ambiental tenham eficácia;
- dimensão temática – delimitam as questões ambientais às quais as ações se destinam.
- dimensão institucional – refere-se aos agentes que tomaram as iniciativas de gestão.

A preocupação dos gestores quanto às questões ambientais pode ser percebida nos eventos que contribuíram para seu aparecimento. Na década de 1960, foi fundado o chamado Clube de Roma, que divulgou um relatório denominado “Os Limites para o Crescimento”, elaborado por meio de simulações matemáticas em que foram realizadas projeções de crescimento populacional, de poluição e de esgotamento de recursos naturais da Terra (BARBIERI, 2006). Moura (2002) comenta que, nessa mesma época, ampliaram-se as atividades de regulamentação e de controle ambiental.

Inicialmente, as questões ambientais eram tratadas de forma pontual, sem qualquer preocupação com os processos de desenvolvimento.

Somente em 1972, com a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente Humano, realizada em Estocolmo, na Suécia, surge a preocupação integrada entre o meio ambiente e o desenvolvimento. Segundo Barbieri (2007), não era mais possível falar seriamente em desenvolvimento sem considerar o meio ambiente e vice-versa, surgindo então um novo conceito de desenvolvimento, denominado desenvolvimento sustentável.

Já na década de 1990, ocorreu no Rio de Janeiro a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, também conhecida como Cúpula da Terra, Rio 92 ou Eco 92, na qual, com a International Organization for Standardization, foi proposta a criação de um grupo especial para estudar as normas ambientais (D’AVIGNON, 1996). Essa mesma Conferência mostrou que, no final do século, a questão ambiental ultrapassava os limites das ações isoladas e localizadas para tornar-se uma preocupação de toda a humanidade (VALLE, 2002). Um dos documentos principais produzi-



dos na Cúpula da Terra, segundo Moura (2002), foi a Agenda 21, que propõe o uso mais racional de matérias-primas e de energia para a produção de bens e serviços, a realização de pesquisas sobre novas formas de energia, além de motivar a visão de desenvolvimento sustentável para prevenir as necessidades das gerações do Século XXI.

Também na década de 1990, no que diz respeito à questão empresarial, entram em vigor as normas internacionais de gestão ambiental da série ISO 14000, que constituem o coroamento de uma longa caminhada em prol da conservação do meio ambiente e do desenvolvimento em bases sustentáveis.

Para as organizações que aderiram aos novos conceitos de gestão introduzidos por essas normas, a questão ambiental deixa de ser um tema problemático para tornar-se parte de uma solução maior, como o correto posicionamento da empresa na sociedade por meio do respeito ao meio ambiente e da qualidade e competitividade de seus produtos.

Além dessas questões apresentadas, destacamos também um evento ocorrido mais recentemente, a assinatura do Protocolo de Kyoto, em 1997. Nesse documento, alguns países industrializados comprometeram-se a diminuir, até 2012, a emissão de gases que prejudicam o planeta em 5,2% (calculados com base nos níveis de emissões de 1990).



Enfim, administração, gestão do meio ambiente ou, simplesmente, gestão ambiental são as ações que objetivam proteger o meio ambiente da ação do homem.

Barbieri (2007) afirma que a preocupação com o meio ambiente, anteriormente restrita a pequenos grupos de artistas, cientistas e alguns políticos, atingiu também amplos setores da população em praticamente todo o mundo. Essa questão atinge públicos cada vez mais amplos à medida que as populações se dão conta de que os problemas ambientais não afetam apenas a qualidade de vida atual, mas comprometem também a sobrevivência das futuras gerações.

No sentido de auxiliar as organizações a melhorarem o seu desempenho socioambiental, Nascimento, Lemos e Mello (2008) descrevem os 16 princípios de gestão ambiental para o desenvolvimento sustentável propostos pela Câmara de Comércio Internacional (CCI) em 1990. Eles constam listados no quadro a seguir.



Quadro 8 – Princípios de gestão ambiental para o desenvolvimento sustentável propostos pela CCI

- 1) Prioridade organizacional (estabelecimento de políticas e práticas adequadas ao ambiente natural).
- 2) Gestão integrada como elemento de administração.
- 3) Processo de melhoria (desempenho ambiental interno e externo).
- 4) Educação do pessoal.
- 5) Prioridade de enfoque (estudo das repercussões ambientais no desenvolvimento de projetos).
- 6) Produtos e serviços (*ecodesign*).
- 7) Orientação ao consumidor (disponibilidade de informação ao público).
- 8) Equipamentos e operacionalização (busca da eficiência no uso dos equipamentos, insumos e matérias-primas).
- 9) Pesquisa (busca de redução dos impactos ambientais).
- 10) Enfoque preventivo (prevenção à poluição).
- 11) Fornecedores e subcontratados (transferência da responsabilidade para toda a cadeia produtiva).
- 12) Planos de emergência (precar-se da repercussão de acidentes).
- 13) Transferência de tecnologia (disseminação nos setores privados e público).
- 14) Contribuição com o esforço comum (participação no desenvolvimento de políticas públicas e privadas).
- 15) Transparência de atitude (antecipar e responder às preocupações da comunidade com relação aos riscos e impactos de suas operações).
- 16) Atendimento e divulgação (monitoramento do desempenho ambiental).

Fonte: Nascimento e Mello (2008)

## 5.4 INSTRUMENTOS DE GESTÃO AMBIENTAL

Na medida em que aumenta a preocupação por parte das empresas com as questões ambientais, surge a necessidade de instrumentos de gestão ambiental que, aliados ao modelo de gestão da organização, possam orientar as atividades, os processos e as pessoas para alcançar os objetivos ambientais.

Hoje, temos alguns instrumentos podem ser aplicados a qualquer tipo de organização, independentemente do porte ou setor de atuação; outros podem ser destinados à orientação e educação ambiental; e outros ainda podem estar voltados a produtos, processos, melhorias no ambiente de trabalho, ou, ainda, servir de instrumentos de políticas públicas.

Enfim, existem diversos instrumentos de gestão, e cada organização adota a que melhor se adapta à missão e às estratégias da empresa.

### 5.4.1 ECOEFICIÊNCIA

Ecoeficiência é um modelo de gestão ambiental empresarial que surgiu em 1992 por meio da *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), uma coligação de 150 empresas internacionais preocupadas com o desenvolvimento sustentável. Em 1993, definiu-se em um *workshop* o conceito de ecoeficiência.

A ecoeficiência se atinge através da oferta de bens e serviços a preços competitivos, que, por um lado, satisfaçam as necessidades humanas e contribuam para a qualidade de vida; e, por outro, reduzam progressivamente o impacto ecológico e a intensidade de utilização de recursos ao longo do ciclo de vida, até atingirem um nível, que, pelo menos, respeite a capacidade de sustentação estimada para o planeta Terra (WBCDE, 2000).

Segundo Barbieri (2007), em 1993, os ministros do Meio Ambiente dos países que integram a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) identificaram a ecoeficiência como uma proposta promissora para empresas, governos e famílias e passaram a recomendá-la. Nessa ocasião, designou-se ecoeficiência como a eficiência como se utilizam os recursos eco-



lógicos para as necessidades humanas, e definiu-a como um cálculo de “saída” (o valor dos produtos e serviços produzidos por uma empresa, um setor ou uma economia como um todo) dividida pela “entrada” (a soma das pressões ambientais geradas pela empresa, pelo setor ou pela economia).

Segundo o WBCDE (2000), a ecoeficiência consiste em uma filosofia de gestão que encoraja o mundo empresarial a procurar melhorias ambientais que potencializem, paralelamente, benefícios econômicos. Concentra-se em oportunidades de negócio e permite que as empresas se tornem mais responsáveis sob o ponto de vista ambiental e ao mesmo tempo mais lucrativas. Incentiva a inovação e, por conseguinte, o crescimento e a competitividade.

A European Environment Agency (Agência Europeia para o Ambiente), que pretende utilizar os indicadores da ecoeficiência para quantificar o progresso rumo à sustentabilidade em nível macro, define a ecoeficiência como o aumento do bem-estar com menos natureza e afirma que isso é possível por meio da redução de recursos e descargas poluentes sem prejuízo do desenvolvimento econômico.

Segundo o WBCSD, para melhorar a ecoeficiência, os negócios podem se utilizar de sete elementos, identificados a seguir:

- redução da intensidade material;
- redução da intensidade energética;
- redução da dispersão de substâncias tóxicas;
- aumento da reciclabilidade;
- otimização do uso de materiais renováveis;
- prolongamento do ciclo de vida dos produtos; e
- aumento da intensidade do serviço.

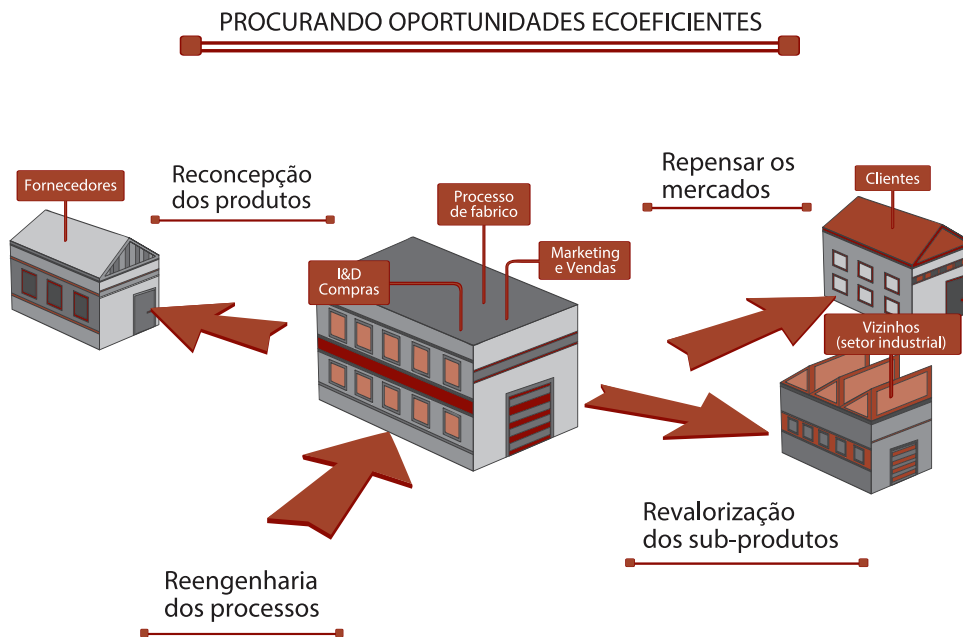
Ainda de acordo com o WBCSD, para aumentar a ecoeficiência existem quatro dimensões potenciais:

- reengenharia de processos, para reduzir o consumo de recursos e a poluição e para evitar riscos ao mesmo tempo em que se poupam os custos;

- revalorização de subprodutos, ou seja, permitir a criação de mais valor com menos recursos;
- reconcepção de produtos; e
- reflexão acerca dos mercados – repensá-los para encontrar novas formas para suprir as necessidades dos clientes.

Todas essas oportunidades potenciais estão representadas na Figura 4, apresentada a seguir.

Figura 4 – Procurando oportunidades ecoeficientes.



Fonte: Adaptado de WBCSD (2000).

Além de servir como um modelo de gestão empresarial, a ecoeficiência é também modelo para toda a sociedade, governos, organizações não governamentais (ONGs) etc. que partilham da mesma responsabilidade por um desenvolvimento sustentável. Para isso, o WBCSD (2000) propõe 12 ações-chave que, se forem adotadas pelos diversos grupos de interesse, contribuirão para que o mundo avance rumo a um futuro ecoeficiente. Conheça-as no quadro a seguir.



Quadro 9 – Ações-chave a serem adotadas pelos diversos grupos para um futuro ecoeficiente

<b>LÍDERES GOVERNAMENTAIS E FUNCIONÁRIOS PÚBLICOS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Estabelecer metas macroeconômicas da ecoeficiência e critérios de conversão para o desenvolvimento sustentável.</li><li>• Integrar medidas políticas para reforçar a ecoeficiência (por exemplo, por meio da eliminação de subsídios, interiorizando questões externas e efetuando mudanças na política tributária).</li><li>• Trabalhar para mudar as regras e os sistemas das políticas internacionais para o comércio, transações financeiras etc., como forma de apoiar uma maior produtividade de recursos e redução de emissões, assim como melhorias das condições dos desprivilegiados.</li></ul>
<b>LÍDERES DA SOCIEDADE CIVIL E CONSUMIDORES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Encorajar os consumidores a preferirem produtos e serviços ecoeficientes e mais sustentáveis.</li><li>• Apoiar as medidas políticas para a criação de condições de enquadramento que recompensem a ecoeficiência.</li></ul>
<b>DOCENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Incluir a ecoeficiência e a sustentabilidade nos currículos dos ensinos secundário e superior e utilizá-las em programas de investigação e desenvolvimento.</li></ul>
<b>ANALISTAS FINANCEIROS E INVESTIDORES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Reconhecer e recompensar a ecoeficiência e a sustentabilidade como critérios de investimento.</li><li>• Ajudar as empresas ecoeficientes e líderes da sustentabilidade a comunicar ao mercado financeiro o progresso e os benefícios relacionados com o negócio.</li><li>• Promover e utilizar instrumentos de avaliação e índices de sustentabilidade para apoiar os mercados e ajudar a alargar o conhecimento sobre os benefícios da ecoeficiência.</li></ul>
<b>LÍDERES DE NEGÓCIO</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Integrar a ecoeficiência na estratégia de negócio, incluindo-a nas estratégias operacionais, de inovação do produto e de <i>marketing</i>.</li><li>• Apoiar as medidas políticas que recompensam a ecoeficiência.</li></ul>

Fonte: WBCSD (2000)

## 5.4.2 CUSTOS E PASSIVOS AMBIENTAIS

Segundo Barbieri (2007), os passivos ambientais são as obrigações perante terceiros decorrentes de ações e problemas ambientais ocorridos no passado e reconhecidos como tais, segundo alguns critérios. Ou seja, podem ser definidos como qualquer obrigação da empresa relativa aos danos ambientais causados por ela.

Ainda segundo Barbieri, o reconhecimento da obrigação nem sempre é tarefa fácil, pois há diversas situações que geram controvérsias quanto à existência ou não da obrigação, bem como quanto aos valores envolvidos nas obrigações, caso eles existam. Isso ocorre quando:

- os aspectos ambientais da organização geram efeitos adversos difusos;
- os efeitos apenas se manifestam muito tempo depois do fato gerador;
- os efeitos resultam de uma diversidade de aspectos ambientais produzidos por várias organizações localizadas em uma mesma área de influência;
- há dúvidas sobre as relações entre os efeitos e os fatos geradores;
- existem disponíveis várias tecnologias de remediação; ou
- há dúvidas quanto à legislação aplicável.

Uma empresa, qualquer que seja seu estilo de gestão, possui “efeitos” socioambientais. Segundo Tachizawa e Andrade (2008), esses efeitos são diferenciados conforme a natureza do setor econômico no qual ela está inserida e podem ser representados na forma de passivos ambientais; ou seja, são os efeitos socioambientais no mercado.

### **5.4.3 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL CORPORATIVA**

Garantir produtos com qualidade e que atendam às necessidades dos clientes a um menor preço e com boas condições de entrega, é fundamental. Mas, segundo Moura (2002), há produtos que os consumidores não procuram para comprar. No entanto, esses produtos são impostos pelas empresas e são poluentes, possuindo resíduos de várias espécies, odor, ruído, matérias que incomodam e prejudicam a qualidade de vida. Quanto a esse aspecto e com o intuito de manter a satisfação dos clientes, as empresas estão se estruturando para melhorar seu atendimento.

Na concepção de Tachizawa (2010), a gestão ambiental é a resposta natural das empresas ao novo cliente: o consumidor “verde” e ecologicamente correto.

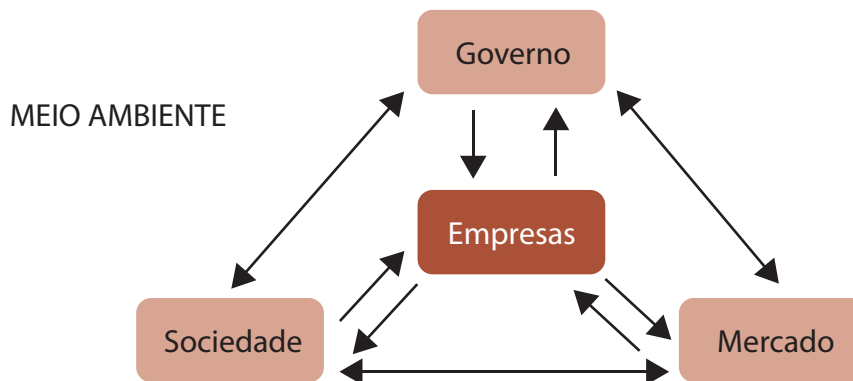


Uma empresa “verde” é sinônimo de bons negócios. No futuro, será a única maneira de empreender negócios de forma duradoura e lucrativa. Em qualquer segmento econômico, o autor afirma que a gestão ambiental e a responsabilidade social são importantes instrumentos gerenciais para a capacitação e a criação de condições de competitividade.

Segundo Dias (2006), a responsabilidade ambiental empresarial se constitui em ações que, além das obrigações legais, vão assumindo um conteúdo voluntário por meio de iniciativas, programas e propostas que objetivem manter o meio ambiente natural, livre de contaminação e saudável para ser usufruído pelas futuras gerações.

A solução dos problemas ambientais ou a sua minimização exige uma nova atitude dos empresários e administradores, que devem passar a considerar o meio ambiente em suas decisões. Segundo Barbieri (2007), essas atitudes dificilmente surgem espontaneamente. As preocupações ambientais dos empresários são influenciadas por três conjuntos de forças: o governo, a sociedade e o mercado, como mostra a Figura 5.

Figura 5 – Gestão ambiental empresarial



Fonte: Barbieri (2007, p. 113).

Grande parte dos processos produtivos gera resíduos sólidos, líquidos ou gasosos. Para Moura (2002), existe a necessidade de dar um destino correto a esses resíduos, pois o problema vem se agravando cada vez mais em função do crescimento do volume dos resíduos decorrentes do aumento da população e da quantidade de empresas.



As soluções devem ser escolhidas a partir de abordagens distintas, conforme sugerido por Valle (2002):

- **Reduzir** – abordagem preventiva orientada para diminuir o volume e o impacto causado pelos resíduos.
- **Reaproveitar** – abordagem corretiva, direcionada para trazer de volta ao ciclo produtivo matérias-primas, substâncias e produtos extraídos dos resíduos depois que eles já foram gerados.
- **Tratar** – abordagem técnica e de cunho econômico que objetiva alterar as características de um resíduo, neutralizando os seus efeitos nocivos e podendo conduzi-lo a uma valorização.
- **Dispor** – abordagem passiva orientada para conter os efeitos dos resíduos, mantendo-os sob controle em locais que devem ser monitorados.

O reaproveitamento, por sua vez, ressalta três aspectos:

- **Reciclagem** – quando há o reaproveitamento cíclico de matérias-primas de fácil purificação.
- **Recuperação** – no caso da extração de algumas substâncias específicas dos resíduos.
- **Reutilização e reuso** – quando o reaproveitamento é direto, na forma de um produto e quando, depois de utilizado no processo, ainda pode ser reutilizado.

Existem diversas razões para as empresas se preocuparem em melhorar os processos e o desempenho ambiental. Harrington e Knight (2001) citam como essa melhoria ajuda no desempenho da organização.

- **Acesso ao mercado** – normas de gestão ambiental podem ser condições para se fazer um negócio.
- **Gestão de conformidade** – um sistema de gestão ambiental (SGA) garante uma forma sistemática e documentada de gerir e demonstrar a gestão de conformidade reguladora.
- **Incentivos reguladores** – muitas jurisdições oferecem incentivos reguladores para organizações que implementam voluntariamente um



SGA, principalmente o da ISO 14001. Esses incentivos podem vir em forma de inspeções menos frequentes, aprovações, permissões consolidadas, atenuações de multas e penalidades, menos rigor na exigência de relatórios. E tudo isso pode também ajudar a melhorar as relações com os legisladores.

- **Redução do risco** – um SGA, como a ISO 14001, pode ser uma contribuição importante à devida análise de competência no caso de um acidente, porque garante uma forma de identificar e administrar sistematicamente o risco e a responsabilidade ambiental.
- **Melhor acesso ao capital de baixo custo** – como um sinal do empenho e compromisso com um bom desempenho ambiental, um SGA poderá dar à empresa mais acesso ao capital de baixo custo, e isso poderá eventualmente se tornar uma condição para investimentos. Muitos investidores já estão fazendo algum tipo de investigação desse desempenho durante as transações, e muitos bancos estabeleceram pré-requisitos ambientais para os pedidos de empréstimo.
- **Melhoria na eficiência do processo** – a ISO 14001 exige um comprometimento com a preservação e uma abordagem sistemática para identificar os aspectos e os impactos ambientais e para criar objetivos e metas. Em geral, como resposta, há uma produção mais eficiente, enquanto o desperdício de energia e de matéria-prima é reduzido e os processos são reconsiderados.
- **Melhoria na gestão global** – em organizações cujas práticas de gestão são menos sofisticadas, uma abordagem sistemática, assim como é estabelecida pela ISO 14001, pode influenciar de forma positiva as demais questões-chave da organização. Uma abordagem sistemática e documentada pode gerar maior estabilidade e maior confiança.
- **Redução de custos/aumento da receita pela eliminação do desperdício** – o uso racional dos recursos, como a água, a energia e as matérias-primas, e a diminuição da produção de resíduos e poluição.
- **Relação com os clientes** – os clientes podem exigir que os seus fornecedores atendam a certos critérios ambientais específicos. A implementação de um SGA reconhecido pode ser uma forma de atender a essas expectativas.

- **Melhoria na relação com os fornecedores** – as empresas podem beneficiar-se quando seus fornecedores cumprem certas metas de política ambiental. Por isso, podem querer que seus fornecedores e associados apresentem garantias sobre o produto e o desempenho do SGA.
- **Melhoria na relação com os funcionários** – uma força de trabalho motivada e de qualidade pode representar muito no resultado final, uma vez que a autoestima em baixa e a alta rotatividade de funcionários podem custar caro para a empresa. A autoestima dos funcionários aumenta quando eles se sentem orgulhosos de estarem associados ao empregador.
- Melhoria na relação com os outros detentores de interesses e melhoria na imagem pública.

#### 5.4.4 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL ISO 14001

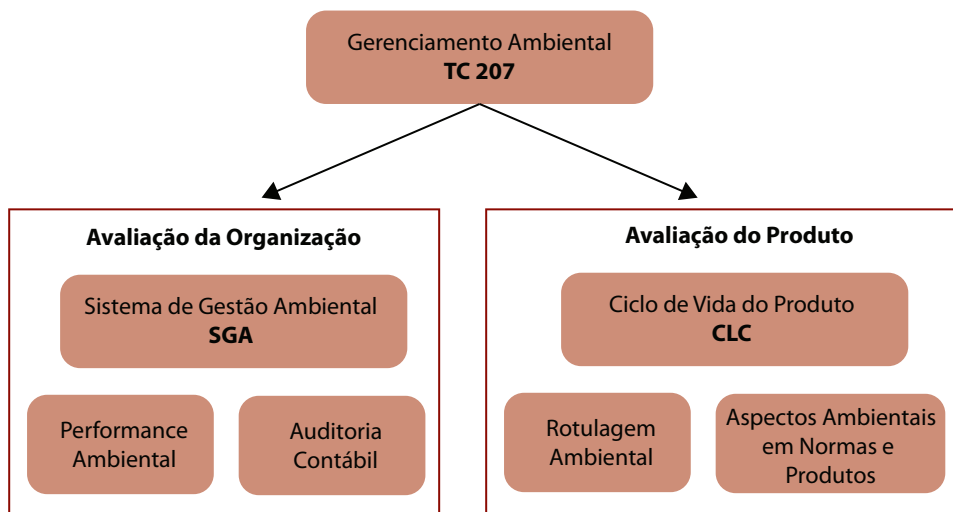
As questões relacionadas com o meio ambiente, até pouco tempo, eram enfrentadas pela definição de padrões e limites de emissões que deviam ser respeitados pelos geradores dos impactos ambientais. Valle (2002) afirma que não havia uma abordagem sistêmica do problema ambiental que relacionasse causas e efeitos de forma abrangente. Esse mesmo autor aponta ainda que um novo passo para a abordagem sistêmica das atividades relacionadas com o meio ambiente foi dado, em 1992, pela *British Standards Institution* (BSI), com a homologação da norma BS 7750, que introduziu procedimentos para estabelecer um SGA nas organizações. A gestão ambiental tem sido, e com frequência permanece ainda, reativa, fragmentada e focalizada em apagar incêndios em vez de evitar que ocorram. Por diversas razões, a gestão ambiental está agora evoluindo para uma abordagem mais sistêmica (TIBOR, 1996).

Um novo comitê técnico, incumbido de elaborar normas internacionais que assegurem a abordagem sistêmica à gestão ambiental e possibilite a certificação ambiental de organizações e de produtos, foi constituído em 1993 pela *International Organization for Standardization* (ISO). É o ISO/TC-207 – Gestão Ambiental, que tem a incumbência de elaborar a ISO 14000. Essa nova série recebeu a designação de ISO 14000, a exemplo das normas ISO 9000, e aplica-se tanto às atividades industriais como às atividades extrativistas, agroindustriais e de serviços (VALLE, 2002).



A série ISO 14000 se divide em dois grupos de normas: um voltado para a avaliação da organização, e outro voltado à avaliação do produto, conforme mostra a Figura 6.

Figura 6 – Série ISO 14000: Abrangência do TC 207.



Fonte: Adaptada de Moreira (2001) e Sasseville, Wilson e Lawson (1997 apud ALBERTON, 2003).

O Brasil participa da ISO por meio da ABNT, uma sociedade privada sem fins lucrativos e conhecida pelo governo brasileiro como Fórum Nacional de Normalização. Além da ABNT, D'Avignon (1996) menciona que o Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro), determinou que o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro) estabelecesse, em parceria com o Sistema Brasileiro de Certificação (SBC), uma estrutura de avaliação de conformidade para a área de meio ambiente, de acordo com as Normas ISO da série 14000.

Para saber mais sobre o CB-38, acesse <<http://www.abnt.org.br/cb38/>>.

Em 1994 foi criado, no âmbito da ABNT, um Grupo de Apoio à Normalização Ambiental (GANA), hoje transformado no **CB-38 – Comitê Brasileiro de Gestão Ambiental**.

Segundo o Centro de Informação Metal-Mecânica (2007), suas principais atribuições, no papel de representantes do Brasil, é avaliar os documentos elaborados pelos grupos de trabalho, ou subcomitês da ISO, para apontar eventuais divergências entre as normas propostas e as leis brasileiras ou as convenções internacionais firmadas pelo país. Procura também evitar que as

normas estabelecidas pela série ISO 14000 privilegiem práticas e tecnologias acessíveis apenas aos países do primeiro mundo. Portanto, o CB-38 analisa se e como cada norma da ISO poderia prejudicar a competitividade brasileira no mercado internacional.

As organizações que buscam na qualidade ambiental um fator de sucesso para se posicionarem bem no mercado em que atuam, encontram a oportunidade para se valorizarem internacionalmente. Para Valle (2002), um dos méritos do sistema de normas ISO 14000 é a uniformização das rotinas e dos procedimentos necessários para uma organização certificar-se ambientalmente. A norma de série que orienta para essa certificação ambiental é a ISO 14001, denominada Sistema de Gestão Ambiental – Especificação e Diretrizes para Uso.



A ISO 14000 é uma forma abrangente e holística de administrar o meio ambiente que inclui regulamentos, prevenção de poluição, conservação de recursos e proteção ambiental (MOREIRA, 2006). Essa forma de administrar o meio ambiente é conhecida internacionalmente e tem caráter voluntário.

Nenhuma empresa está obrigada a adotar essa gestão e, segundo a norma ISO 14001, isso pode resultar em investimento, e não em custos, gerando retorno a curto, médio ou longo prazo.

A NBR ISO 14001 é uma norma que contém os requisitos que podem ser auditados para fins de certificação, registro ou autodeclaração, e é a única norma do conjunto ISO 14000 que certifica ambientalmente uma organização. Ela tem por objetivo fornecer às organizações os elementos de um SGA eficaz.

O processo de implantação de um SGA ISO 14001 apoia-se em uma espiral de melhoria contínua, que, segundo Abreu (2000), é conhecido como **Ciclo PDCA**, iniciais das palavras inglesas *Plan, Do, Check, Act*.

Para saber mais sobre o Ciclo PDCA, acesse <<http://www.datalyzer.com.br/site/suporte/administrador/info/arquivos/info80/80.html>>.

Figura 7 – Modelo de sistema de SGA: PDCA (Plan, Do, Check, Act).



Fonte: ABNT (*apud* FIESP, 2007).

Antes de iniciar o processo de implantação do SGA, Abreu (2000) afirma ser necessário verificar o estágio atual da empresa em relação às questões ambientais. Essa etapa é denominada por algumas empresas de Análise Crítica Preparatória, Diagnóstico Preliminar, Revisão Inicial ou Auditoria Preliminar.

No que se refere à Análise Crítica Preparatória, não pode haver negligência, pois é nessa etapa que se visualiza em que ponto a empresa se encontra e o que fazer para chegar ao ponto desejado. Segundo Abreu (2000), ao contrário do que muitos pensam, a certificação ambiental nos moldes ISO 14001 não atesta nenhuma qualidade ambiental dos produtos e processos da empresa, mas “[...]se aplica aos efeitos ambientais que possam ser controlados pela organização e sobre as quais se espera que a mesma tenha influência”. (REIS, 1996, p.53 *apud* ABREU, 2000).

Após o comprometimento com as questões ambientais e a análise crítica preparatória, que não é exigida pela norma, mas ajuda antes de iniciar o pro-

cesso, é necessário implantar outros requisitos especificados pela norma. Segundo D'Avignon (1996), esses requisitos aparecem em ordem de implementação, o que não impede que certas etapas sejam executadas paralelamente:

- a. estabelecimento da política ambiental da organização;
- b. planejamento para implantação;
- c. implantação e operação;
- d. monitoramento e ações corretivas; e
- e. revisão ou análise crítica.

A primeira etapa é referente à definição da Política Ambiental e, segundo a FIESP (2007), deve refletir o comprometimento do nível hierárquico mais alto da organização, estar em conformidade com requisitos legais aplicáveis e outros requisitos, com a prevenção de poluição e com a melhoria contínua do desempenho ambiental. É uma declaração dos princípios e compromissos da empresa, contendo os objetivos e as metas assumidos em relação ao meio ambiente.

Segundo D'Avignon (1996), depois de estabelecida a política ambiental, a empresa deverá divulgá-la para seus *stakeholders*. Nessa etapa, a empresa realiza os seguintes pontos:

- avalia os efeitos ambientais da atividade sobre o meio ambiente;
- identifica a legislação e os regulamentos e como esses estão sendo cumpridos;
- estabelece os meios para atingir as metas e os objetivos; e
- formula o programa de gestão ambiental.

A segunda etapa do ciclo de implantação de um SGA se refere ao Planejamento. Para essa etapa, Abreu (2000) afirma ser necessário levantar todos os impactos ambientais da empresa com o objetivo de determinar o que poderá ser feito para diminuí-los ou eliminá-los.



É muito importante não confundir o conceito de impactos ambientais com o de aspectos ambientais. O aspecto ambiental é sempre o elemento que causa o impacto ambiental. Logo, o impacto ambiental não pode existir sem o aspecto ambiental.

Após o levantamento dos impactos ambientais da empresa, é necessário classificá-los em significativos, moderadamente significativos ou não significativos. Abreu (2000) ressalta ainda deve-se considerar, nessa classificação, se os impactos são:

- controlados por legislação vigente;
- diretos ou indiretos;
- benéficos ou adversos;
- em operações normais ou anormais da empresa;
- resultantes de atividades passadas, atuais ou futuras; e
- frequentes ou eventuais.

De posse dos impactos ambientais devidamente classificados, a empresa decide se todos vão ser focalizados na definição dos objetivos e das metas ambientais.

A Implementação e a operação correspondem na terceira etapa, quando se torna necessário estabelecer responsabilidades e competências de pessoas e/ou setores. Para D'Avignon (1996), a empresa deverá capacitar-se e desenvolver mecanismos necessários para a implementação da sua política ambiental. É o cumprimento dos seus objetivos e metas e requer o treinamento do pessoal, a operação da comunicação e os registros da documentação.

A documentação do SGA é exigida para fornecer subsídios de apoio e acompanhamento aos auditores. Entre os documentos e registros, a empresa tem como personagem principal o Manual do SGA. Abreu (2000) afirma que esse manual deve ser bastante resumido e objetivo, descrevendo como funciona o sistema, incluindo a política ambiental e a estrutura organizacional.

A quarta etapa refere-se ao monitoramento e às ações corretivas, em que são realizadas as medições, o monitoramento e a avaliação da **performance ambiental**.



O objetivo principal, nessa fase, é corrigir os problemas e as anomalias encontrados, enfatizando a ação preventiva por meio do contínuo monitoramento, diminuindo assim o número de ações corretivas.

Já a quinta etapa, Revisão ou Análise Crítica, segundo D'Avignon (1996), passa a ser indispensável para a avaliação permanente da política estabelecida. Um SGA baseado na ISO 14001 representa um processo de mudança comportamental e gerencial na organização, e isso deve ser conduzido de modo participativo e integrado. Ao final dessa etapa, um relatório deve ser preparado. Nele, devem constar recomendações que devem ser observadas objetivando melhorias e aperfeiçoamentos do sistema (ABREU, 2000).

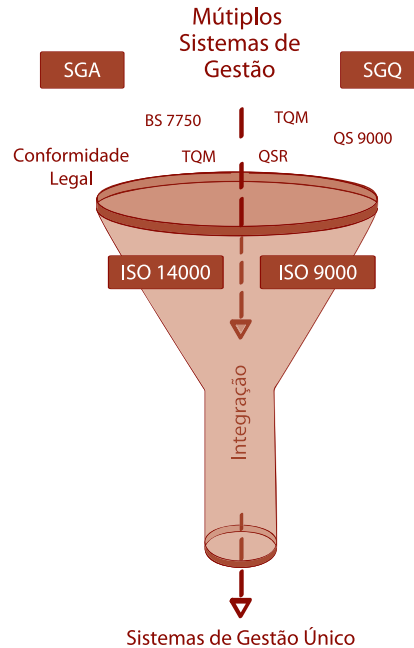
### 5.4.5 SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTÃO

Cada vez mais as organizações despertam para a necessidade de uma relação harmônica entre fatores ambientais, sociais e econômicos. Segundo Tachizawa e Andrade (2008), as organizações precisam partilhar o entendimento de que deve existir um objetivo comum, e não um conflito, entre esses fatores ou elementos do desenvolvimento, tanto para o momento presente como para o futuro.

E, ainda, devem ser integrados plenamente, em cada empresa, programas, políticas e procedimentos, como elementos essenciais de gestão, em todos os seus domínios, ou seja, as organizações devem definir as suas missões, os seus valores, as suas crenças e as suas estratégias de negócios integradas à sustentabilidade.

Diversos modelos e ferramentas de gestão foram criados nas últimas décadas a partir de necessidades de proteção e minimização do impacto ao meio ambiente. Segundo Alberton (2003), várias empresas e a ISO recomendam promover nas organizações a integração entre a ISO 14000 e a ISO 9000, como mostra a Figura 8. Essa integração poderá resultar em uma significativa redução de custos e em um melhor desempenho das equipes.

Figura 8 – Gestão Ambiental e da Qualidade em um único Sistema de Gestão



Fonte: Culley (1998 apud ALBERTON, 2003).

O processo de integração pode representar uma vantagem competitiva diante dos concorrentes, uma vez que os sistemas integrados de gestão possibilitam a redução de custos, os ganhos em processos e melhores resultados. Ainda segundo Alberton (2003), a maioria das organizações que buscam a certificação ambiental já possui a certificação da qualidade e, em muitos casos, as duas já estão integradas. Os benefícios podem ir desde a redução de custos de implantação, certificação e manutenção, a não duplicidade de estruturas e até a melhoria e a otimização dos processos.

De maneira isolada ou integrada, os sistemas de gestão sempre necessitarão de articulação com todos os envolvidos na organização. Segundo Barbieri (2007), para implementar qualquer abordagem ou ferramenta de gestão, uma empresa deverá realizar atividades administrativas e operacionais orientadas por concepções mentais, explícitas ou não, configurando um modelo de gestão.



### SAIBA MAIS

Modelos de gestão são aqui entendidos como construções conceituais que orientam as atividades e os processos de uma organização para alcançar os objetivos definidos.

## 5.4.6 AUDITORIA AMBIENTAL

A auditoria ambiental surge em meados do Século XX, segundo Barbieri (2007), como parte dos trabalhos de avaliação de desastres de grandes proporções, envolvendo explosões e vazamentos seguidos de contaminações em fábricas, refinarias, gasodutos, terminais portuários etc. Mas somente em 1970 é que se torna um instrumento autônomo de gestão ambiental. No Brasil, a auditoria ambiental surgiu, pela primeira vez, por meio da legislação, no início da década de 1990.

Inicialmente, as auditorias ambientais buscavam basicamente assegurar a adequação das empresas às leis ambientais dentro de uma postura defensiva.

Mas, segundo Barbieri (2007), com o tempo as auditorias tornaram-se bastante elásticas, significando uma diversidade de atividades de caráter analítico voltadas para identificar, averiguar e apurar fatos e problemas ambientais de qualquer magnitude e com diferentes objetivos.

Segundo Freitas, Braga e Bitar (2001), internacionalmente a auditoria ambiental normalizada começou a ser discutida em 1991 com a criação do *Strategic Advisory Group on Environment (Sage)*, no âmbito da ISO. E, no Brasil, a ABNT apresentou, em dezembro de 1996, as NBR ISO 14010, 14011 e 14012, referentes à auditoria ambiental. Vamos conhecê-las melhor.

- **NBR ISO 14010** – Diretrizes para Auditoria Ambiental: relativa às diretrizes para auditoria ambiental, apresenta fundamentos teóricos do processo de auditoria, contendo terminologias e considerações gerais a respeito dos objetivos, escopo e procedimentos de auditorias ambientais, e qualificação dos auditores (ABNT, 1996e).
- **NBR ISO 14011** – Diretrizes para Auditoria – Procedimentos de Auditoria para Auditoria de Sistemas de Gestão Ambiental: trata de forma detalhada dos procedimentos de auditoria do SGA, definindo o papel



dos envolvidos (auditores, auditados e cliente), e apresenta o passo a passo do processo de auditoria (ABNT, 1993a, 1993b, 1993c).

- **NBR ISO 14012** – Diretrizes para Auditoria Ambiental – Critérios de Qualificação para Auditores Ambientais: define critérios de qualificação de auditores ambientais para auditorias ambientais do SGA discorrendo sobre requisitos da formação, experiência, treinamento, qualidades pessoais e credenciamento (ABNT, 1996d).

De acordo com a NBR ISO 14010 (ABNT, 1996c), auditoria ambiental é

o processo sistemático e documentado de verificação, executado para obter e avaliar, de forma objetiva, evidências de auditoria para determinar se os eventos, atividades, sistema de gestão e condições ambientais especificados ou informações relacionadas a eles estão em conformidade com os critérios de auditoria, e para comunicar os resultados desse processo ao cliente.

De acordo com Barbieri (2007), as auditorias ambientais podem ser aplicadas em organizações locais, produtos, processos e sistemas de gestão. Os principais tipos de auditorias ambientais são:

- **auditoria de conformidade** – tem como objetivo verificar o grau de conformidade com a legislação ambiental;
- **auditoria pós-acidente** – tem como objetivo verificar as causas de acidentes, identificar responsabilidades e avaliar os danos;
- **auditoria de desempenho ambiental** – tem como objetivo avaliar o desempenho de unidades produtivas em relação à geração de poluentes e ao consumo de energia e materiais, bem como aos objetivos definidos pela organização;
- **auditoria de desperdícios e emissões** – tem como objetivo avaliar os desperdícios e seus impactos ambientais e econômicos com vista a melhorias em processos ou equipamentos específicos;
- **auditoria de fornecedor** – tem como objetivo avaliar o desempenho de fornecedores atuais e selecionar novos. Selecionar fornecedores para projetos conjuntos;
- **auditoria de SGA** – tem como objetivo avaliar o desempenho do SGA, seu grau de conformidade com os requisitos da norma utilizada e se está de acordo com a política da empresa;

- *Due diligence* – tem como objetivo verificar as responsabilidades de uma empresa perante acionistas, credores, fornecedores, clientes, governo e outras partes interessadas.

### 5.4.7 MARKETING E ENDOMARKETING AMBIENTAL

Segundo Philip Kotler (2003), o *marketing* tem a função de identificar as necessidades e desejos do consumidor e os interesses do mercado-alvo e então entregar valor aos clientes, de maneira que o bem-estar do consumidor e da sociedade seja mantido ou melhorado.

Considerando que os consumidores se mostram cada vez mais preocupados com a sustentabilidade ambiental e as melhorias na qualidade de vida, surgem novas oportunidades. E, para atender aos anseios dessa classe de consumidores e reunir vantagens competitivas, os administradores de negócios têm elaborado estratégias, denominadas estratégias de *marketing* verde.



O *marketing* verde, também conhecido como *marketing* ambiental ou *marketing* ecológico, é representado por esforços da empresa em passar ao consumidor a imagem de preocupação com as questões ambientais. Para alguns autores, como Gonzaga (2005), o *marketing* verde refere-se ao instrumento mercadológico utilizado para explorar os benefícios ambientais proporcionados por um produto.

Na visão de Polonsky (1994), consiste no “conjunto de atividades concebidas para produzir e facilitar a comercialização de qualquer bem ou serviço com a intenção de satisfazer as necessidades ou desejos humanos, causando, porém, um impacto mínimo ao meio ambiente.” E Dalmoro, Venturini e Pereira (2009) afirmam que se trata da modificação de produtos e embalagens, bem como da mudança em processos de produção e publicidade.

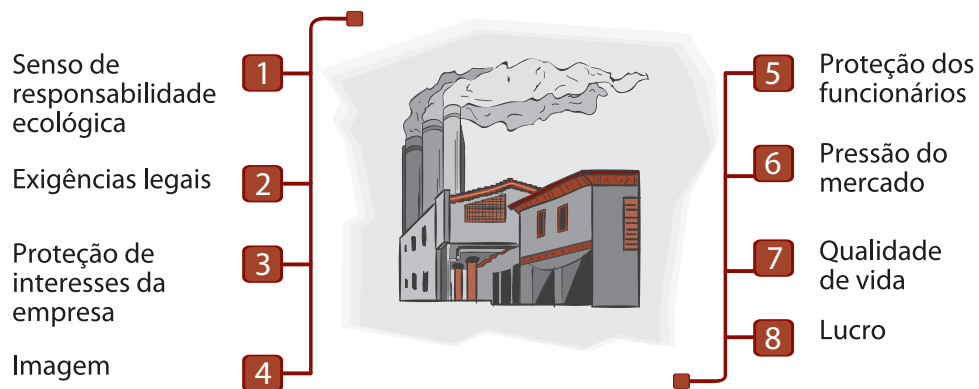
Para Ottman (1994), o *marketing* ambiental requer novas estratégias que, efetivamente, abordam desafios-chave relacionados com a maneira de desenvolver produtos verdes que os consumidores apreciarão, e de comunicar com credibilidade e impacto o empenho e as iniciativas da organização. Essa autora estabelece dois objetivos-chave do *marketing* ambiental:

- desenvolver produtos que exerçam um impacto mínimo sobre o ambiente, equilibrando as necessidades dos consumidores, o preço viável e a conveniência com a compatibilidade ambiental; e
- projetar uma imagem de alta qualidade, incluindo sensibilidade ambiental, tanto aos atributos de um produto como ao registro de trajetória de seu fabricante no que se refere a respeito ambiental.

Segundo estudos de Karna, Hansen e Juslin (2003) citados por Dalmoro, Venturini e Pereira (2009), existem três condições necessárias para a adoção de uma estratégia de *marketing*:

- a primeira é a disposição do consumidor em pagar pela qualidade ambiental. Essa disposição pode estar latente e deve ser ativada, ou pode não existir e necessita ser criada por meio de informação e educação.
- a segunda condição é a disponibilização de informações confiáveis sobre o produto ou o serviço e seus atributos ambientais.
- a terceira se refere à proteção das inovações contra imitações por parte dos concorrentes para compensar os investimentos em pesquisa e desenvolvimento.

Figura 9 – O que motiva as empresas a adotarem o *marketing* verde?



Segundo Schenini *et al.* (2006), a empresa praticante do *marketing* verde deve ser percebida como uma empresa líder, agente de mudanças, forçando as pessoas a pensarem em um futuro incerto e realista e a se prepararem para ele. Agindo assim, aumentam as probabilidades de posicionarem-se de maneira competitiva no mercado.

Também Porter e Van der Linde (1995) enfatizam a responsabilidade ambiental como uma fonte de vantagem competitiva. Eles argumentam que inovar para atender às regulamentações pode ser compensatório, pois se utiliza melhor os insumos, criam-se melhores produtos, reduzem-se os custos totais dos produtos ou aumenta-se o seu valor.



Observe que, segundo esses autores, o que deveria atenuar a opção excludente entre proteção ambiental e competitividade, no atual clima de rivalidade entre reguladores e empresas, impulsiona o custo da conformidade com as normas ambientais e restringe os benefícios da inovação.

Entretanto, algumas empresas brasileiras já estão adotando soluções inovadoras para pressões de todos os tipos, adotando o *marketing* verde como estratégia publicitária. Como exemplo, podemos citar a linha de cosméticos Natura Ekos, da empresa Natura, e o projeto Caras do Brasil, da rede de supermercados Pão de Açúcar. Adotando essa estratégia, tais empresas atraem a atenção da mídia para os seus produtos. Além disso, têm apoio voluntário de formadores de opinião e agregam valor à marca. Dessa forma, as empresas pioneiras do *marketing* verde terão vantagens competitivas em um futuro próximo.



Figura 10 – Projeto Caras do Brasil



Fonte: <http://www.carasdobrasil.com.br/>. Acesso em: 09 jan. 2015.

Na Pesquisa da Confederação Nacional das Indústrias, realizada em 1998 com 1.451 organizações em todo o território brasileiro (CNI, 1998), observamos que 85% dessas empresas possuem práticas de gestão ambiental, sendo que dessas, 16% agem dessa forma para atender aos consumidores preocupados com as questões ambientais, 17% para atender às exigências da população e 20% para a melhoria da sua imagem na sociedade (MOTTA, 2004).

Assim, fica evidente que o *marketing* verde pode e está sendo usado como uma ferramenta estratégica para as empresas, e essa estratégia permite a associação de sua imagem ao empenho pela preservação ambiental buscando alcançar uma maior fatia de mercado. Além disso, é importante salientar que o *marketing* ambiental não se resume apenas em demonstrar a preocupação com o meio ambiente. Ele pode ser utilizado também para melhorar a competitividade da organização, reagindo assim às atuais exigências do mercado com relação à preservação ambiental (STECKERT; BRIDI, 2005).





O *marketing* verde extrapola a função publicitária ou informativa dos bens ou serviços oferecidos. Seus esforços podem gerar maiores procuras e ganhos para as empresas. Nesse sentido, a empresa deve se mobilizar e assumir o compromisso de ser ambientalmente responsável por todas as suas atividades, sendo necessária uma mudança na cultura da organização, com a participação de todos os envolvidos nos processos organizacionais.

### 5.4.8 CERTIFICAÇÃO AMBIENTAL

A certificação é o procedimento pelo qual uma terceira parte dá garantia escrita de que um produto, processo ou serviço está em conformidade com os requisitos e especificações (BARBIERI, 2007). Certificar um SGA significa comprovar ao mercado e à sociedade que a organização adota um conjunto de práticas destinadas a minimizar impactos que imponham riscos à preservação da biodiversidade (ABNT, 2010).

A certificação pode representar benefícios para quem a conquista. Entre eles:

- assegura eficiência e eficácia do produto, serviço ou sistema;
- assegura que o produto, serviço ou sistema atenda às normas;
- introduz novos produtos e marcas no mercado;
- faz frente à concorrência desleal;
- reduz perdas no processo produtivo e melhorar a sua gestão;
- melhora a imagem da organização e de seus produtos ou atividades aos clientes; e
- diminui controles e avaliações por parte dos clientes.

O SGA pode ser certificado por outras organizações, geralmente externas. Segundo a ABNT, tais organizações são credenciadas pelo Inmetro com referência aos Guias ISO/IEC 62 e 65 para a certificação de Sistemas de Qualidade (ISO 9001), SGAs (ISO 14001) e diversos produtos e serviços. Além disso, para facilitar a inserção de produtos e serviços no mercado internacional, a ABNT



mantém convênios com organismos de certificação estrangeiros, entre eles a Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), da Espanha; a Factory Mutual, dos EUA; a Association Française de Normalisation (AFNOR), da França; ao Instituto Português da Qualidade (IPQ), de Portugal; o Technischer Überwachungsverein (TÜV), da Alemanha; o Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM), da Argentina; o Instituto Uruguayo de Normas Técnicas (UNIT), do Uruguai; e o Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC), da Colômbia.

Para a ABNT, toda empresa que possui um SGA implantado segundo a norma NBR ISO 14001 pode solicitar o Certificado de Registro de Sistema de Gestão Ambiental de Empresa, que atesta a conformidade de seu sistema em relação aos requisitos dessa norma. A Figura 11 representa um modelo de certificado ISO 14001 (2004).

Figura 11 – Exemplo do texto de um certificado ISO 1400 (2004).

**CERTIFICADO DE CONFORMIDADE** Certificamos  
que o Sistema de Gestão Ambiental da **Nome da  
empresa**  
(não mencionado, vide agradecimentos)  
Endereço

Foi avaliado pela «empresa tal (certificadora credenciada, nome não mencionado, vide agradecimentos)» tendo sido constatada sua conformidade com os requisitos estabelecidos pela  
**ISO 14001:2004**

O Sistema de Gestão Ambiental é aplicável à  
Manufatura e venda de soda cáustica (grau rayon e diafragma) cloro, ácido hidrolórico, cloreto de hidrogênio, hipoclorito de sódio e di-cloro etileno

Certificado n° Data original de certificação Data efetiva Data de validade Data do documento	Assinatura (certificador)	Logo do organismo acreditador
--	------------------------------	----------------------------------

Logo dos organismos acreditadores

Fonte: adaptada de FIESP (2007).

Segundo a FIESP (2007), as empresas devem levar em consideração alguns critérios para escolher corretamente um organismo certificador ou uma empresa auditora/certificadora. Entre eles:

- avaliar várias empresas antes de decidir;
- ter em conta as empresas cujos certificados os clientes da sua organização reconheçam;
- lembrar-se de que a empresa que oferece o serviço de auditoria ambiental para certificação pelo preço mais baixo pode não estar à altura de realizar essa auditoria de acordo com as normas. Isso se aplica àquelas que atuam em países que não exigem a acreditação com um organismo acreditador, tal como o Inmetro;
- observar se a empresa tem auditores com experiência em auditoria ambiental no setor empresarial da organização que se deseja certificar; e
- ter conhecimento sobre as normas ISO 14001 e ISO 19011 em suas versões atuais, conhecer as principais mudanças e porque elas ocorreram, de modo a poder observar se a empresa auditora/certificadora em avaliação pela sua organização integrou a evolução ocorrida e providenciou as mudanças necessárias para a correta aplicação das normas e auditoria de seus requisitos.

### 5.4.9 ROTULAGEM AMBIENTAL

Os selos, ou rótulos, ambientais objetivam informar os consumidores ou usuários sobre as características dos produtos ou serviços específicos de conservação e preservação do meio ambiente. Segundo Barbieri (2007), são informações como a retornabilidade, a biodegradabilidade, o uso de material reciclado, a eficiência energética, entre outras.

Segundo Andrade, Tachizawa e Carvalho (2002), as diretrizes dos programas de rotulagem ambiental são estabelecidas para que seja possível alcançar objetivos relacionados ao aumento da conscientização ambiental dos consumidores, o fornecimento de informações precisas e oportunas aos consumidores e o estímulo aos produtores no sentido de promover a proteção ao meio ambiente com um menor impacto ambiental.




### SAIBA MAIS

As iniciativas de programas de rotulagem ambiental se difundiram por muitos países que consideram a implementação de programas oficiais como instrumento voluntário de mercado.

Esses programas foram criados com base em análise de ciclo de vida e conferidos por instituições independentes, governamentais ou não governamentais. Várias iniciativas são citadas no Quadro 10, apresentado a seguir, com base no trabalho de Oliveira (2008).

Quadro 10 – Iniciativas pioneiras de selos verdes

	<b>Blau Angel</b> (Anjo Azul) - Alemanha (Ministério do Meio Ambiente)	Vantagens ambientais comparativas entre produtos concorrentes.	1977	Tintas, produtos com material reciclado, baterias, isentos de CFC, produtos químicos para uso doméstico.
	<b>Ecologic Choice</b> Canadá	Vantagens ambientais comparativas entre produtos concorrentes.	1988	Materiais de construção, materiais de escritório, papéis, material de limpeza, produtos automotivos, etc.
	<b>Cisne Nórdico</b> Países Escandinavos	Análise do Ciclo de Vida.	1989	Papéis, produtos de amplo uso doméstico.
	<b>Ecomark</b> Japão	Vantagens ambientais comparativas entre produtos concorrentes.	1989	Cartuchos, roupas, produtos têxteis para uso industrial, produtos plásticos, materiais reciclados para construção, etc.
	<b>Green Seal</b> Estados Unidos	Impactos ambientais na produção.	1989	Papéis, combustíveis e lubrificantes, lâmpadas.
	<b>NF-Environment</b> França	Análise do Ciclo de Vida.	1990	Fórmulas químicas pré-emballadas, tintas.

	<b>Rótulo Ecológico</b> Coréia	Princípios do método alemão.	1990	Papéis reciclados, baterias, lâmpadas, plásticos, isentos de CFC, detergentes.
	<b>Environmental Choice</b> Nova Zelândia	Inclui considerações sobre o ciclo de vida do produto.	1992	Papéis, impressoras, produtos de limpeza, painéis laminados, carpetes, tintas, produtos plásticos recicláveis, mobiliário.
	<b>Green Mark</b> Taiwan	Estabelece pesos aos impactos ambientais nas categorias de produtos.	1992	Várias categorias de produtos: baterias, material de limpeza, ar condicionado, cartuchos, etc.

Fonte: adaptado de Reis (1995, p. 8); Campanhol, Andrade e Alves (2003); Godoy e Biazin (2001); Simões (2004); Ecológico (2007); ECOMARK (2007); Environmental (2008); Koeko (2008) e Aenor (2000 *apud* OLIVEIRA, 2008).

No Brasil, a primeira iniciativa para o estabelecimento de um selo ambiental, segundo Tachizawa e Andrade (2008), data de 1990, quando a ABNT propôs ao Instituto Brasileiro de Proteção Ambiental a implementação de um esquema voluntário de certificação ambiental e que tem duas diretrizes básicas:

- ser desenvolvido de forma adequada à realidade brasileira, com vistas a desempenhar o papel de instrumento de Educação Ambiental no mercado interno; e
- ser compatível com os modelos internacionais, para que possa se transformar em instrumento de apoio aos exportadores brasileiros.

No escopo da ISO, os tipos de rotulagem ambiental são três. Conheça-os no quadro a seguir.



Quadro 11 – Tipos de rotulagem ambiental

<b>ROTULAGEM DO TIPO I – PROGRAMAS DE SELO VERDE – NBR ISO 14024</b>	“Estabelece os princípios e procedimentos para o desenvolvimento de programas de rotulagem ambiental, incluindo a seleção de categorias de produtos, critérios ambientais dos produtos e características funcionais dos produtos, e para avaliar e demonstrar sua conformidade. Essa Norma também estabelece os procedimentos de certificação para a concessão do rótulo”.
<b>ROTULAGEM DO TIPO II – AUTODECLARAÇÕES AMBIENTAIS – NBR ISO 14021</b>	“Especifica os requisitos para autodeclarações ambientais, incluindo textos, símbolos e gráficos no que se refere aos produtos. Ela descreve, ainda, termos selecionados usados comumente em declarações ambientais e fornece qualificações para seu uso. Esta Norma também descreve uma metodologia de avaliação e verificação geral para autodeclarações ambientais e métodos específicos de avaliação e verificação para as declarações selecionadas nesta Norma”.
<b>ROTULAGEM DO TIPO III – AVALIAÇÕES DE CICLO DE VIDA – NBR ISO 14025</b>	Esta Norma está sendo elaborada no âmbito da ISO e tem alto grau de complexidade devido à inclusão da ferramenta Avaliação do Ciclo de Vida. A percepção é de que ainda há um longo caminho a ser percorrido para que esse tipo de rotulagem ganhe o mercado, visto que a ferramenta de ACV ainda não está definitivamente consolidada do ponto de vista técnico.

Fonte: NBR ISO 14021, NBR ISO 14024 e NBR ISO 14025.

Segundo Tachizawa e Andrade (2008), a adoção da rotulagem ambiental resulta, naturalmente, em benefícios para as empresas que as adotam, na forma de:

- aumento da competitividade das exportações;
- atendimento do consumidor verde;
- atendimento da pressão de organizações ambientalistas;
- conformidade com a política social da empresa;
- melhoria da imagem perante a sociedade;
- atendimento de exigência e licenciamento/regulamentação;
- aumento da lealdade e preferência do seu cliente;
- ajuda no acesso a novos mercados e na construção de uma marca mais forte;
- sustentação da estratégia de comunicação, reforçando os valores da organização;

- reforço da motivação e o comprometimento dos colaboradores, com melhoria na qualidade dos produtos e processos;
- melhora da gestão da cadeia produtiva; e
- redução dos custos dos processos industriais.

#### 5.4.10 ANÁLISE DO CICLO DE VIDA DE PRODUTO

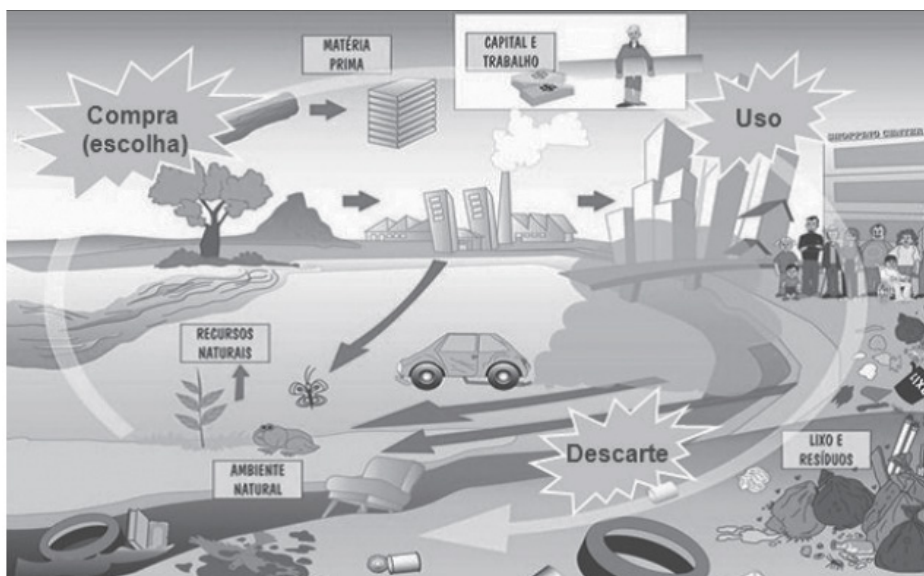
O ciclo de vida do produto compreende todas as fases da concepção de sua produto, desde a extração de matérias-primas, passando pela produção, armazenagem, embalagem, transporte, até a sua utilização e destinação final. E todas essas fases afetam o meio ambiente em maior ou menor grau. Por isso, segundo Tibor e Feldman (1996), as empresas estão, cada vez mais, utilizando o conceito de ciclo de vida para ajudá-las a fazer melhores negócios e tomar melhores decisões ambientais.

A Avaliação do Ciclo de Vida (ACV) ou *Life Cycle Assessment* (LCA) é a análise de um sistema de bens ou serviços em todos os estágios do ciclo de vida, desde a compra de matérias-primas, fabricação, transporte, uso, reutilização, manutenção, reciclagem, gestão de rejeitos e os sistemas de fornecimento de energia relevantes, conforme podemos verificar na Figura 12.

De acordo com Tibor e Feldman (1996), uma ACV pode ajudar uma empresa a identificar oportunidades para reduzir emissões, assim como para reduzir o uso de energia e materiais, além de ser também uma ferramenta de gerenciamento de riscos e útil para o desenvolvimento, o planejamento e o projeto de produtos.



Figura 12 – Ciclo de vida de produtos



Fonte: adaptada de Lopes (2008).

Segundo Barbieri (2007), a ACV também é conhecida pela expressão “do berço ao túmulo” (em inglês, *cradle to grave*), com a palavra berço indicando o nascedouro dos insumos primários mediante extração de recursos naturais; e túmulo indicando o destino final dos resíduos ou reciclados. Na definição contida nas normas ISO, a ACV é o levantamento e avaliação das entradas, das saídas e dos impactos ambientais potenciais de um sistema de produto ao longo do seu ciclo de vida.

De acordo com Barbieri e Cajazeira (2009), com a preocupação em estabelecer padrões, a ISO referencia conceitos, diretrizes e requisitos que tornem a ACV um instrumento de credibilidade, como mostra o Quadro 12.

Quadro 12 – Normas sobre ACV produzidas pelo TC 207/SC 05.

Nº DA NORMA:ANO	TÍTULO	DESCRIÇÃO
ISO 14040:2006	Avaliação do ciclo de vida – princípios e estruturas.	Proporciona os elementos gerais e metodologias requeridas para uma ACV de produtos e serviços.
ISO 14041:1998	Avaliação do ciclo de vida – objetivos e escopo, definições e análise de inventários.	Guia para determinar as metas e o escopo de um estudo de ACV e para o inventário de LCA. Substituída pela ISO 14044:2006.
ISO 14042:2000	Avaliação do ciclo de vida – avaliação de impacto do ciclo de vida.	Guia para a fase de avaliação de impacto de um estudo de ACV. Substituída pela ISO 14044:2006.

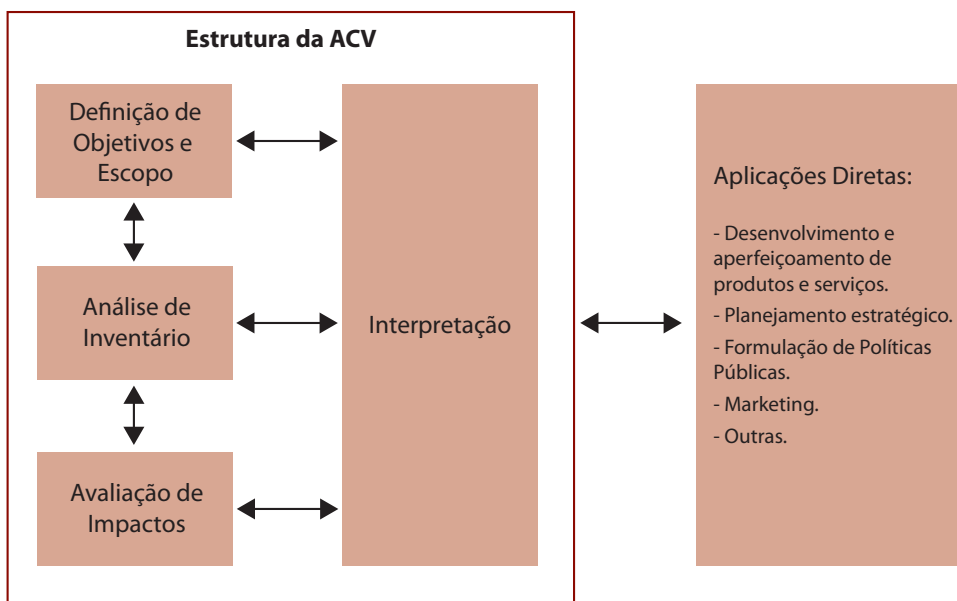


Nº DA NORMA:ANO	TÍTULO	DESCRIÇÃO
ISO 14043:2000	Avaliação do ciclo de vida – interpretação do ciclo de vida.	Proporciona guia para interpretar os resultados de um estudo de ACV. Substituída pela ISO 14044:2006.
ISO 14044:2006	Gestão ambiental – avaliação do ciclo de vida – requerimentos e diretrizes.	Especifica requisitos e proporciona um guia para a avaliação do ciclo de vida, incluindo exemplos. Incorpora os temas tratados nas normas ISO 14041, 14042 e 14043.
ISO TS 14048:2002	Avaliação do ciclo de vida – informações sobre apresentação de dados para um estudo de avaliação do ciclo de vida.	Proporciona informação sobre o formato dos dados para suporte de uma ACV.
ISO TR 14049:2000	Avaliação do ciclo de vida – Exemplos para aplicação da norma ISO 14.041.	Ilustra com exemplos como aplicar as normas ISO 14041.
ISO TR 14062:2002	Gestão ambiental – Integração dos aspectos ambientais no desenvolvimento de produtos – exigências e diretrizes.	Descreve conceitos e práticas usadas para integrar aspectos ambientais no projeto e desenvolvimento de produtos e serviços.
ISO TR 14047:2003	Avaliação do ciclo de vida – Exemplos para aplicação da norma ISO 14.042.	Ilustra com exemplos como aplicar a norma ISO 14042.

Fonte: adaptado de Barbieri e Cajazeira (2009).

Ainda segundo a Norma NBR ISO 14040:2006, a ACV é composta por quatro fases: definição de objetivo e escopo; análise de inventário; avaliação de impactos ambientais; e interpretação, conforme podemos verificar na Figura 13.

Figura 13 – Fases da ACV



Fonte: adaptada de ISO 14040 (2006, apud BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009).



Tibor e Feldman (1996) declaram que o interesse na avaliação do ciclo de vida reflete uma preocupação com o impacto das atividades industriais no meio ambiente. Cada vez mais empresas estão examinando o uso do ACV para tornar suas operações mais eficientes e colocar menores cargas ao meio ambiente. Além disso, por meio da realização da ACV, podemos conseguir a certificação de selo verde dos produtos tipo III pela norma ISO 14025.

### 5.4.11 GREEN DESIGN DE PRODUTOS

*Green design*, *ecodesign*, *design with nature* ou *design for the environment* são termos que designam a orientação de *design* seguida por critérios ambientais.

Segundo Nascimento, Lemos e Mello (2008), o *ecodesign* integra as questões ambientais no *design* industrial relacionando o que é tecnicamente possível com o que é ecologicamente correto e socialmente aceitável.

O *design*, segundo Nascimento, Lemos e Mello (2008), tem por objetivo a criação, o desenvolvimento e a implantação de produtos industrializados ou de sistemas de produtos com a análise dos fatores humanos, econômicos, tecnológicos, entre outros. Conforme definido pela Lei nº 1.965/1996 e citado por esses autores, *design* é uma atividade específica, com características criativas e artísticas, com o objetivo de desenvolver projetos e mensagens visuais que sistematizem dados ergonômicos, tecnológicos, econômicos, sociais, culturais e estéticos para atender às necessidades humanas.



Observe que o *ecodesign* exige do designer uma consciência ecológica, o conhecimento de ferramentas de projeto e a atuação em cada uma das fases do ciclo de vida dos produtos – pré-produção, produção, uso, descarte, reciclagem, reuso –, tomando decisões ecologicamente corretas que minimizem o impacto ambiental da produção e dos produtos em si. (VERÓNICA, 2007).

Ainda segundo a mesma autora, o *ecodesign* não representa artesanato feito com material reciclado e sucata, mas uma concepção abrangente de *design* que leva em consideração algumas diretrizes, quais sejam:

- redução do uso de recursos naturais e de energia;
- uso de materiais não esgotáveis;

- uso de materiais não prejudiciais;
- uso de materiais reciclados;
- uso de materiais recicláveis;
- uso de materiais renováveis;
- uso de apenas um material (monomaterial);
- codificação dos materiais para facilitar a sua identificação;
- escolha de técnicas de produção alternativas;
- minimização de processos produtivos;
- pouca geração de resíduos;
- redução da variabilidade dos produtos;
- redução no consumo de energia;
- utilização de tecnologias apropriadas e limpas;
- redução de peso;
- redução de volume;
- garantia da estrutura modular do produto;
- aumento da confiabilidade e durabilidade;
- *design* clássico;
- eliminação de embalagens ou projetar embalagens recicláveis ou reutilizáveis.
- manutenção e reparos mais fáceis;
- conversão dos componentes em reposições ou refis;
- desmaterialização dos produtos, ou seja, retirar o máximo dos insumos de matéria e energia de um bem ou um serviço.



## 5.4.12 INDICADORES DE QUALIDADE AMBIENTAL

Por indicadores de qualidade ambiental, podemos entender os índices numéricos estabelecidos sobre os efeitos de cada processo para medir a sua qualidade total.

Os indicadores de qualidade ambiental surgiram para auxiliar as empresas no controle dos impactos ambientais causados por suas atividades, seus produtos e ou seus serviços, criando valor aos *stakeholders* e ao mesmo tempo contribuindo para o desenvolvimento sustentável. Os indicadores ambientais são utilizados para avaliar a empresa por meio de parâmetros estratégicos, especialmente no seu processo de interação com o meio ambiente externo.

Instituições como a Bovespa, o Instituto Ethos e o GRI desenvolveram indicadores para a análise de sustentabilidade. O Instituto Ethos de Responsabilidade Social, com o objetivo de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir os negócios de forma socialmente responsável, elaborou um relatório que abrange as questões financeiras, econômicas, ambientais e sociais relacionadas à gestão do negócio. É uma ferramenta de gestão que permite uma melhor mensuração do desempenho da organização e um diálogo com os *stakeholders* que objetiva a construção e o estreitamento das relações com as partes interessadas.



### SAIBA MAIS

A BOVESPA, em conjunto com várias instituições – a Associação Brasileira Das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (ABRAPP), a Associação Nacional dos Bancos de Investimento (ANBID), a Associação Nacional dos Analistas e Profissionais de Investimento de Mercado de Capitais (APIMEC), o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), a International Finance Corporation (IFC), o Instituto Ethos e o Ministério do Meio Ambiente – criou o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) com o propósito promover as boas práticas no meio empresarial brasileiro, servindo como referencial para investidores socialmente responsáveis. A Bolsa é responsável pelo cálculo e pela gestão técnica desse índice.

A GRI produz diretrizes para a elaboração de relatórios de sustentabilidade focando não apenas no conteúdo final, mas também no seu processo de elaboração, que deve pautar-se por uma série de princípios relacionados à sustentabilidade, à responsabilidade empresarial e às boas práticas de governança. Também divulga os resultados obtidos em um determinado período, com o propósito de criar um padrão de referência, como um *benchmarking*, além de demonstrar e comparar como a organização influencia e é influenciada por expectativas de desenvolvimento sustentável e de outras organizações.



## RESUMO DA UNIDADE

Nesta unidade, estudamos a gestão a partir de uma perspectiva ambiental. Exploramos esse conceito observando a gestão pública e os seus diferentes níveis para chegar a uma perspectiva que considere a variável ambiental na administração das organizações. A partir disso, apresentamos uma série de instrumentos de gestão ambiental que constituem um conjunto bastante amplo de ferramentas para auxiliar os gestores das organizações rumo a uma operação mais sustentável. Os instrumentos apresentados contemplam desde a perspectiva de ecoeficiência e responsabilidade socioambiental corporativa até a rotulagem, a certificação ambiental e a análise de ciclo de vida dos produtos.



## Unidade 6

# **SISTEMAS DE INFORMAÇÃO E INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE**

Nesta Unidade, temos como objetivos apresentar:

- o significado e a importância dos sistemas de informação para auxiliar a gestão na perspectiva de incorporar as dimensões do desenvolvimento sustentável nas atividades das organizações; e
- as potencialidades que os indicadores de sustentabilidade têm para orientar os gestores em uma estratégia voltada à sustentabilidade.



## 6.1 SISTEMAS DE INFORMAÇÃO NO CONTEXTO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE

Antes de abordarmos os indicadores relacionados à sustentabilidade, é necessário que compreendamos melhor o significado dos indicadores de uma maneira geral.

As definições mais comuns de indicadores e a terminologia associada a essa área são particularmente confusas. Para Bakes *et al.* (1994), faz-se necessário alcançar maior clareza e consenso nessa área tanto em relação à definição de indicadores como em relação aos conceitos associados – índice, meta e padrão.

O termo indicador é originário do Latim *indicare*, que significa descobrir, apontar, anunciar, estimar (HAMMOND *et al.*, 1995). Assim, podemos entender que os indicadores podem comunicar ou informar acerca do progresso em direção a uma determinada meta. Esses indicadores podem se referir ao desenvolvimento sustentável, mas também podem ser entendidos como um recurso que deixa mais perceptível uma tendência ou um fenômeno que não seja imediatamente detectável (HAMMOND *et al.*, 1995).

A definição de McQueen e Noak (1988) trata do indicador como uma medida que resume informações relevantes de um fenômeno particular ou um substituto dessa medida. Esse conceito assemelha-se ao de Holling *et al.* (1978), o qual afirma que um indicador é uma medida do comportamento do sistema em termos de atributos expressivos e perceptíveis.

Para a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, ou *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) (1993), um indicador deve ser entendido como um parâmetro ou valor derivado de parâmetros que apontam e fornecem informações sobre o estado de um fenômeno, com uma extensão significativa.

Algumas definições colocam um indicador como uma variável relacionada hipoteticamente com outra variável estudada, mas que não pode ser diretamente observada. Essa também é a opinião de Gallopin (1996), que afirma que os indicadores, em um nível mais concreto, devem ser entendidos como variáveis.



Uma variável é uma representação operacional de um atributo (qualidade, característica, propriedade) de um sistema. A variável não é o próprio atributo ou atributo real, mas uma representação, uma imagem ou uma abstração deste. Quanto mais a variável for próxima da realidade, maior a sua relevância para a tomada de decisão.

Nesse contexto, qualquer variável e, conseqüentemente, qualquer indicador, descritivo ou normativo, tem uma significância própria. A mais importante característica do indicador, quando comparado com os outros tipos ou formas de informação, é a sua relevância para a política e para o processo de tomada de decisão.

Para ser representativo nesse sentido, o indicador tem de ser considerado importante tanto pelos tomadores de decisão como pelo público (GALLOPIN, 1996).

Segundo Gallopin (1996), os indicadores mais desejados são aqueles que resumem ou simplificam as informações relevantes. Dessa forma, eles fazem com que certos fenômenos que ocorrem na realidade se tornem mais aparentes, aspecto que é particularmente importante na Gestão Ambiental. Nessa área, é necessário especificamente que se quantifiquem, que se meçam e se comuniquem ações relevantes. Como falamos anteriormente, a emergência da temática ambiental está fortemente relacionada à falta de percepção da ligação existente entre a ação humana e as suas principais conseqüências.

Tunstall (1994, 1992) observa os indicadores a partir de suas funções que são mostradas a seguir. Segundo ele, as principais funções dos indicadores são:

- avaliar condições e tendências;
- comparar lugares e situações;
- avaliar condições e tendências em relação às metas e aos objetivos;
- promover informações de advertência; e
- antecipar futuras condições e tendências.

Assim, podemos inferir que o objetivo principal dos indicadores é o de agregar e quantificar informações de uma maneira que sua significância fique mais aparente. Os indicadores simplificam as informações sobre fenômenos complexos tentando melhorar com isso o processo de comunicação.

Indicadores podem ser quantitativos ou qualitativos, existindo autores que defendem que os indicadores mais adequados para avaliação de experiências de desenvolvimento sustentável deveriam ser mais qualitativos devido às limitações explícitas ou implícitas que existem em relação a indicadores simplesmente numéricos. Entretanto, em alguns casos as avaliações qualitativas podem ser transformadas em uma notação quantitativa.

Os indicadores qualitativos, para Gallopin (1996), são preferíveis aos quantitativos em pelo menos três casos específicos:

- quando não forem disponíveis informações quantitativas;
- quando o atributo de interesse é inerentemente não quantificável; e
- quando determinações de custo assim o obrigarem.

Embora muitas vezes os indicadores sejam apresentados em forma gráfica ou estatística, eles são basicamente distintos dos dados primários.



### SAIBA MAIS

Você sabe o que são dados? Eles são medidas ou observações – no caso de dados qualitativos – de valores da variável em diferentes tempos, locais, população ou na combinação de todos eles (GALLOPIN, 1996).

A partir de certo nível de agregação ou percepção, indicadores podem ser definidos como variáveis individuais ou como uma variável que é função de outras variáveis. A função pode ser simples, como:

- uma relação, que mede o grau de variação em relação a uma base específica;
- um índice ou número simples, que é uma função simples de duas ou mais variáveis; ou



- complexa, como o resultado de um grande modelo de simulação.

A Figura 14, a seguir, apresenta a relação entre dados primários e indicadores (HAMMOND *et al.*, 1995).

Figura 14 – Pirâmide de informações



Fonte: adaptada de Hammond *et al.* (1995).

Indicadores podem adotar diferentes significados, e alguns termos normalmente utilizados são: padrão, meta e objetivo. No contexto dos indicadores de desenvolvimento sustentável, podemos afirmar que os conceitos de padrão e norma são similares. Eles se referem fundamentalmente a valores estabelecidos ou desejados pelas autoridades governamentais ou obtidos por um consenso social. Tais indicadores são utilizados dentro de um senso normativo, um valor técnico de referência.

As metas, por outro lado, representam uma intenção, isto é, valores específicos a serem alcançados. As metas normalmente são estabelecidas a partir do processo decisório, dentro de uma expectativa de que seja de alguma maneira alcançável. Os progressos no sentido do alcance das metas devem ser observáveis ou mensuráveis. Muito embora alguns usem os termos metas e objetivos de uma forma intercambiável, de maneira geral, os objetivos são usualmente qualitativos, indicando mais uma direção que um estado específico. O fim a ser alcançado, por exemplo, pode ser o de melhorar a qualidade ambiental.

Meadows (1998) afirma que a utilização de indicadores é uma maneira intuitiva de monitorar sistemas complexos que a sociedade considera importantes e que seja necessário controlar. Ela também utiliza a analogia do termômetro, que é utilizado para medir a temperatura do paciente: mesmo não medindo um sistema específico do corpo humano, ele é capaz de transmitir uma informação sobre a sua saúde.

Existem muitas palavras para denominar indicadores: sinal, sintoma, diagnóstico, informação, dado e medida. Os indicadores são importantes elementos na maneira como a sociedade entende seu mundo, toma suas decisões e planeja a sua ação. Os valores e, logicamente, os indicadores, estão inseridos em culturas específicas. Indicadores podem ser ferramentas de mudança, de aprendizado e de propaganda. Sua presença afeta o comportamento das pessoas. A sociedade mede o que ela valoriza e aprende a valorizar aquilo que ela mede. Essa retroalimentação, ainda segundo a autora, é comum, inevitável e útil, mas também cheia de armadilhas (MEADOWS, 1998).



Os indicadores são de fato um modelo da realidade, mas não podem ser considerados como a própria realidade. Entretanto, devem ser analiticamente legítimos e construídos dentro de uma metodologia coerente de mensuração. Eles são, segundo Hardi e Barg (1997), sinais referentes a eventos e sistemas complexos. São “pedaços” de informação que apontam para características dos sistemas, realçando o que está acontecendo nesses sistemas.

Podemos afirmar, por fim, que os indicadores são utilizados para simplificar informações sobre fenômenos complexos e para tornar a sua comunicação mais compreensível e quantificável.



## RESUMO DA UNIDADE

Nesta Unidade, aprendemos o significado dos sistemas de informação e, mais especificamente, o significado de indicadores voltados para as dimensões do desenvolvimento sustentável. Para tanto, apresentamos os conceitos relativos a indicadores, índices e dados, constituindo o que pode ser denominado pirâmide das informações. Destacamos, também, os potenciais relativos à utilização de diferentes sistemas de indicadores, particularmente os relacionados com o processo de gestão, cujo principal papel do indicador é auxiliar na tomada de decisão.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Dora. **Sem ela, nada feito: educação ambiental e a ISO 14001**. Salvador: Casa da Qualidade, 2000.

ACCOUNTABILITY. AA1000 **Accountability Principles Standard 2008**. Disponível em: <[http://www.accountability.org/images/content/5/7/573/AA1000APS-2008-PT\(print\).pdf](http://www.accountability.org/images/content/5/7/573/AA1000APS-2008-PT(print).pdf)>. Acesso em: 24 ago. 2014.

**Agenda ambiental na administração pública**. Brasília: MA/SDS/PNEA, 2001. 80 p.

ALBERTON, Anete. **Meio ambiente e desempenho econômico-financeiro: o impacto da ISO 14001 nas Empresas Brasileiras**. 2003. 307 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção)–Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção (PPGEP), Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, 2003.

ASHLEY, Patrícia Almeida. (Coord.) **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; TACHIZAWA, Takeshy; CARVALHO, Ana Barreiros de. **Gestão ambiental: Enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Makron Books, 2000.

\_\_\_\_\_. **Gestão ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável**. 2.ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14001**. Sistema de Gestão Ambiental: especificação e diretrizes para uso. 1996a.

\_\_\_\_\_. **NBR ISO 14004**. Sistemas de Gestão Ambiental: Diretrizes gerais sobre princípios, sistemas e técnicas de apoio. 1996b.

\_\_\_\_\_. **NBR ISO 14011**. Diretrizes para auditoria ambiental – procedimentos de auditoria – auditoria de sistemas de gestão ambiental: Rio de Janeiro, 1996c. 7 p.

\_\_\_\_\_. **ABNT-NBR ISO 14001**. Sistema de Gestão Ambiental. Disponível em: [http://www.abnt.org.br/m3.asp?cod\\_pagina=1006](http://www.abnt.org.br/m3.asp?cod_pagina=1006). Acesso em: 21 maio 2010.

\_\_\_\_\_. **Diretrizes sobre a responsabilidade social/ISO 26000** = Guidance on social responsibility. 1. ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2010.

BACKES, M. A. *et al.* Substratos para produção de plantas em viveiros, Nova Prata, RS, 1988. In: CONGRESSO FLORESTAL ESTADUAL, 6., Nova Prata, RS. **Anais...**, 1988, v. 1, Porto Alegre: Ed. Pallotti, 1988.

BALANÇO SOCIAL. **Ibase e Balanço Social. Publique seu Balanço Social.** Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>. Acesso em: 27 set. 2014.

BALANÇO SOCIAL. **Modelo de Balanço Social para empresas em geral.** Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em: 22 nov. 2014.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão Ambiental Empresarial: conceitos, modelos e instrumentos.** São Paulo: Editora Saraiva, 2006.

\_\_\_\_\_. **Gestão Ambiental Empresarial: conceitos, modelos e instrumentos.** 2. ed. atual. e ampliada. São Paulo: Saraiva, 2007.

BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Avaliação do ciclo de vida do produto como instrumento de gestão da cadeia de suprimento: o caso do papel reciclado.** SIMPOI, 2009.

BIDERMAN, Rachel et al. (Org.). **Guia de compras públicas sustentáveis: uso do poder de compra do governo para a promoção do desenvolvimento sustentável.** 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2008. Volume único. 151 p.

BORGER, Fernanda G. **Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial.** Tese (Doutorado em Administração)–Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2001.

CARROLL. A. B. The pyramid or corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. **Business Horizons.** v.34, n 4, jul.-ago. 1991.

CARVALHO, Gardênia Maria Braga de. **Contabilidade ambiental: teoria e prática.** 2. ed. Curitiba: Juruá, 2012.

CENTRO DE INFORMAÇÃO METAL-MECÂNICA (CIMM). Disponível em: <<http://www.cimm.com.br>>. Acesso em: 2 nov. 2007.



CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **MINUTA NBC ITG 2004 – INTERAÇÃO DA ENTIDADE COM O MEIO AMBIENTE**. Disponível em: <portalcf.org.br/wordpress/wp-content/uploads/2013/.../ITG\_2004.docx>. Acesso em: 14 nov. 2014.

DALMORO, Marlon; VENTURINI, Jonas Cardona; PEREIRA, Breno Augusto Diniz. Marketing verde: responsabilidade social e ambiental integradas na envolvente de marketing. São Paulo: **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 11, n. 30, p. 38-52, jan.-mar. 2009.

D'AVIGNON, Alexandre. **Normas Ambientais ISO 14000 – Como influenciar sua empresa**. 2. ed. Rio de Janeiro: CNI, DAMPI, 1996.

DE LUCCA, Márcia Martins Mendes. **Demonstração do valor adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB**. São Paulo: Atlas, 1998.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2006.

DRUCKER, P. **Sociedade pós-capitalista**. 5 ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

FERREIRA, Aracéli Cristina de Sousa; LUCATELLI, Mário Eduardo; MONTEIRO, Paulo Roberto Anderson. Utilização do Modelo ISAR/UNCTAD: o caso da Cia. Marlim Azul. In: FERREIRA, Aracéli Cristina de Sousa; SIQUEIRA, José Ricardo Maia de; GOMES, Mônica Zaidan (Orgs.). **Contabilidade ambiental e relatórios sociais**. São Paulo: Atlas, 2009.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DE SÃO PAULO (FIESP). **Melhore a competitividade com o Sistema de Gestão Ambiental – SGA/ Federação das Indústrias de São Paulo**. São Paulo: FIESP, 2007.

FREY, Irineu Afonso; FREY, Márcia Rosane. O papel do Balanço Social na difusão da responsabilidade social e empresarial. **Revista de Contabilidade CRCSP**, São Paulo, n. 32, p. 32-51, jun.ago. 2005.

FREITAS, Carlos Geraldo Luz de; BRAGA, Tânia Oliveira; BITAR, Omar Yazbec. **Habitação e meio ambiente: abordagem integrada em empreendimentos de interesse social**. São Paulo: Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo, 2001.

GALLOPIN, G. C. Environmental and sustainability indicators and the concept of situational indicators. A systems approach. **Environmental Modeling and Assessment**, Amsterdã, n. 1, p. 101-117, 1996.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). **Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade**. São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.globalreporting.org>>. Acesso em: 27 out. 2014.

\_\_\_\_\_. **G4 Diretrizes para Relato de Sustentabilidade: Princípios para o relato e conteúdo padrão**. Amsterdã, 2013. Disponível em: <<http://www.globalreporting.org>>. Acesso em: 27 out. 2014.

\_\_\_\_\_. **G4 Diretrizes para Relato de Sustentabilidade: Manual de implementação Princípios para o relato e conteúdo padrão**. Amsterdã, 2013. Disponível em: <<http://www.globalreporting.org>>. Acesso em: 27 out. 2014.

\_\_\_\_\_. **GRI Reports List 1999-2014**. Amsterdã, 2013. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Reports-List-1999-2014.zip>>. Acesso em: 27 out. 2014.

GONÇALVES, Ernesto Lima. **Balanco Social da empresa na América Latina**. São Paulo: Pioneira, 1980.

GONZAGA, C. A. M. Marketing verde de produtos florestais: teoria e prática. **Floresta**, Curitiba, n. 35, v. 2, p. 353-368, maio-ago., 2005.

GRAJEW, Oded. Negócios, ética e responsabilidade social. **Revista Expressão**, Porto Alegre, n. 105, p. 14-17, 2000.

HAMMOND, A. et al. **Environmental indicators: a systematic to measuring and reporting on environmental policy performance in the context of sustainable development**. Washington, D.C.: World Resources Institut, 1995.

HARDI, Peter; BARG, Stephan. Measuring sustainable development. **Review of Current Practice**. Winnipeg: IISD, 1997.

HARRINGTON, H. James; KNIGHT, Alan. **A Implementação da ISO 14000: como atualizar o sistema de gestão ambiental com eficácia**. São Paulo: Atlas, 2001.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS (IBASE). **Seminário Balanco Social: Cidadania e transparência pública das empresas**. Rio de Janeiro, 28 set. 1998.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA (IBGC). **Guia de Sustentabilidade para as empresas**. São Paulo: IBGC, 2007 (Série Ca-

ternos de Governança Corporativa.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis**. São Paulo. 2014. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/cedoc/indicadores-ethos-para-negocios-sustentaveis-e-responsaveis-v2014/#.VGj3271Ttjo>>. Acesso em: 12 nov. 2014.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Guia de Elaboração de Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade**. São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/cedoc/guia-de-elaboracao-do-balanco-social-versao-2007/#.VLQw2b1TvlU>>. Acesso em: 12 nov. 2014.

KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z**. Canadá: John Wiley and Sons, 2003.

KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira; TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Contabilidade ambiental e gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2004.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. Contabilidade Social. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, n. 120, p. 29-38, nov.-dez. 1999.

LOPES, Luciene de Andrade Bianchi. **Administração de agronegócios: citricultura e indústria canavieira**. Bebedouros: Unifafibe, 2008.

MANSUR, Cláudia; TORRES, Ciro Torres. **Balanço social, dez anos: o desafio da transparência**. Rio de Janeiro: IBASE, 2008. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em: 10 set. 2014.

McQUEEN, D.; NOAK, H. **Health promotion indicators: current status, issues and problems**. [s.l.], Health promotion, n. 3, p. 117-125, 1988.

MEADOWS, D.H. **Indicators and Information Systems for Sustainable Development**. Sustainability Institute, Hartland Four Corners VT, 1998.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. 2 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark ed., 2001.

MOREIRA, Maria Suely. **Estratégia e implantação do sistema de gestão ambiental: modelo ISO 14000**. 3. ed. Nova Lima: INDG Tecnologia e Serviços Ltda., 2006.

MOTTA, Sérgio Luís Stirbolov. Proposta de categorização de consumidores da cidade de São Paulo à luz da atitude em relação à compra e uso de bens ecologicamente corretos. In: Seminários em Administração, 7., 2004, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA-USP, 2004.

MOURA, Luiz Antônio Abdalla de. **Qualidade e gestão ambiental: sugestões para implantação das normas ISO 14000 nas empresas**. 3. ed. revista e ampliada. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2002.

NASCIMENTO, Luís Felipe; LEMOS, Ângela Denise da Cunha; MELLO, Maria Celina Abreu de. **Gestão sócio-ambiental estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

NATURA COMESTICOS S/A. **Relatório Natura 2013 versão completa GRI**. Disponível em: <[http://natu.infoinvest.com.br/ptb/4876/Natura\\_GRI\\_Completo\\_20140328final.pdf](http://natu.infoinvest.com.br/ptb/4876/Natura_GRI_Completo_20140328final.pdf)>. Acesso em: 8 abr. 2014.

OLIVEIRA, Flávia Gonçalves. **Licitações sustentáveis no subsetor de edificações públicas municipais: modelo conceitual. 2008**. 328 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Civil) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia Civil, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2008.

ODM BRASIL. **Objetivos do Desenvolvimento do Milênio**. Disponível em: <<http://www.odmbrasil.gov.br/os-objetivos-de-desenvolvimento-do-milenio>>. Acesso em: 3 mar.2014.

OTTMAN, Jacquelyn A. **Marketing verde**. São Paulo: Makron Books, 1994.

SECRETARIA EXECUTIVA DA REDE BRASILEIRA DO PACTO GLOBAL. **Pacto Global**. Disponível em: <<http://www.pactoglobal.org.br/>>. Acesso em: 3. mar.2014.

PAIVA, Paulo Roberto de. **Contabilidade ambiental: evidência dos gastos ambientais com transparência e focada na prevenção**. São Paulo: Atlas, 2003.

POLONSKY, M. J. **An introduction to green marketing**. Los Angeles: Electronic Green Journal, 1 (2). 1994. Disponível em: <<http://repositories.cdlib.org/uclalib/egj/vol1/iss2/art3>>. Acesso em: 19 jan. 2010.

PORTER, Michael E.; VAN DER LINDE, Claas. Verde e competitivo superando o impasse. In: PORTER, Michel E. **Competição**. Ed. ver. e amp. Rio de Janeiro: Elsevier, 1995.

RIBEIRO, Maisa de Souza. **Contabilidade ambiental**. São Paulo: Saraiva, 2005

SCHENINI, Pedro Carlos; SCHMITT, Valentina; SILVA, Fernando Amorim da; PEREIRA, Maurício Fernandes. Marketing Verde como uma abordagem estratégica frente ao novo perfil de consumo. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44., 2006, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: SOBER, 2006.

SFREDO, Marta. Empresas investem no Balanço Social. **Jornal Zero Hora**, Porto Alegre, 7 abr. 1997, p. 20.

SILVA, Adilson Aderito da; FERREIRA, Mariana Zanchetta; FERREIRA, Priscila Azevedo. **Estratégias de marketing verde e o comportamento do consumidor**: um estudo confirmatório na grande São Paulo. São Paulo: SIMPOI, 2009.

SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL (SAI). **Norma Internacional de Responsabilidade Social SA 8000**. Disponível em: <[http://www.sa-intl.org/\\_data/n\\_0001/resources/live/2008StdPortugese.pdf](http://www.sa-intl.org/_data/n_0001/resources/live/2008StdPortugese.pdf)>. Acesso em: 2 nov. 2014.

STECKERT, Camila; BRIDI, Eduardo. **Marketing verde**: a adoção de uma postura ambiental. 2005. Disponível em: <<http://www.agathos.assevim.edu.br/1edicao/Bridi.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2010.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 6. ed. rev. e amp. São Paulo: Atlas, 2010.

TACHIZAWA, Takeshy; ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de. **Gestão Socioambiental**: estratégias na nova era da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

TIBOR, Tom; FELDMAN, Ira. **ISO 14000**: um guia para as novas normas de gestão ambiental. São Paulo: Futura, 1996.

TINOCO, João Eduardo Prudência. **Balanço Social**: uma abordagem socio-econômica da contabilidade. São Paulo, 1984. 114 p. Dissertação (Mestrado em Contabilidade)–Universidade de São Paulo, São Paulo, 1984.

TORRES, Ciro. Responsabilidade social das empresas (RSE) e Balanço Social no Brasil. In: FREIRE, F. S.; SILVA, C. A. T. (Org.). **Balanço Social**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2001, p. 15-31.

VALLE, Cyro Eyer. **Qualidade ambiental: ISO 14000**. 4. ed. rev. e amp. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

VERÓNICA, Pazmino. Ana. Uma reflexão sobre design social, ecodesign e design sustentável. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE DESIGN SUSTENTÁVEL, 1., 2007, Curitiba. **Anais...** Curitiba: UFPR, 2007.

WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. **A ecoeficiência: crie mais valor com menos impacto**. Lisboa: WBCSD, 2000. Disponível em: <[www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org)>. Acesso em: 11 out. 2010.

ZACHARIAS, Oceano. **SA 8000 Responsabilidade Social – NBR 16000: estratégias para empresas socialmente responsáveis**. São Paulo: Editora EPSE, 2004.