

Práticas e Perspectivas da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil 2008

SUMÁRIO DA PESQUISA

 INSTITUTO
akatu
Pelo consumo consciente

INSTITUTO
ETHOS
DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

IBOPE
inteligência

Práticas e Perspectivas da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil 2008

SUMÁRIO DA PESQUISA

 INSTITUTO
akatu
Pelo consumo consciente

INSTITUTO
ETHOS
DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

IBOPE
inteligência

Julho de 2009

O sumário da pesquisa **Práticas e Perspectivas da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil 2008** é uma publicação do Instituto Ethos, do Instituto Akatu e do Ibope Inteligência, distribuída gratuitamente.

Realização

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Tel.: (11) 3897-2400
Fax: (11) 3897-2424
www.ethos.org.br

Instituto Akatu pelo Consumo Consciente
Tel.: (11) 3141-0177
Fax: (11) 3141-0208
www.akatu.org.br

Ibope Inteligência
Tel.: (11) 3066-1853
Fax: (11) 3066-1612
www.ibope.com

Correalização

Fundação Kellogg (financiamento do estudo) e
Fundo Multilateral de Investimentos (Fumin), do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) (financiamento da impressão)

Apoio de Produção (Patrocinadores do Projeto Ethos 10 Anos)

Aché, AES Eletropaulo, Arcelor-Mittal, Banco Itaú, Coca-Cola, Gerdau, Infraero, Natura, Petrobras e Vale.

Coordenação

Helio Mattar e Paulo Itacarambi

Coordenação Técnica

Instituto Akatu: Aron Belinky, Débora Rocca, Dorothy Roma Heimbecher e Marta Capacla Szylagi; Instituto Ethos: Daniel De Bonis e Maurício Mirra; Ibope Inteligência: Helio Gastaldi

Colaboradores

Benjamin S. Gonçalves, Carla Stoicov, Emílio Martos, Gladis Éboli, João Gilberto Azevedo e Rafael Cinoto

Redação

Marta Capacla Szylagi

Projeto e Produção Gráfica

Waldemar Zaidler (Planeta Terra Design)

Impressão

D'Lippi Print

Tiragem: 3.000 exemplares

São Paulo, julho de 2009

É permitida a reprodução do conteúdo deste manual desde que citada a fonte e com autorização prévia do Instituto Ethos e do Instituto Akatu.

Esclarecimentos sobre as atividades do Instituto Ethos

1. O trabalho de orientação às empresas é voluntário, sem nenhuma cobrança ou remuneração.
2. Não fazemos consultoria e não credenciamos nem autorizamos profissionais a oferecer qualquer tipo de serviço em nosso nome.
3. Não somos entidade certificadora de responsabilidade social nem fornecemos "selo" com essa função.
4. Não permitimos que nenhuma entidade ou empresa (associada ou não) utilize a logomarca do Instituto Ethos sem nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito.

Para esclarecer dúvidas ou nos consultar sobre as atividades do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, pelo serviço "Fale Conosco", do site www.ethos.org.br.

ÍNDICE

Apresentação

A pesquisa	5
Principais conclusões	6

Metodologia e Amostra

Universo e amostras investigados	8
Detalhes da metodologia e amostra	9
Seleção do conjunto de práticas representativas de RSE	10
Estruturação do questionário	11

Conclusões

12

ÍNDICE DE TABELAS E GRÁFICOS

Tabela 1	Classificação do porte das empresas segundo os critérios IBGE e SEBRAE.	9
Tabela 2	Margem de erro da pesquisa.	9
Tabela 3	Distribuição percentual das empresas conforme indicador de práticas implantadas e em processo de implantação: média do total de empresas e média dos segmentos por porte.	14
Tabela 4	Distribuição percentual das empresas conforme quantidade de implantação de práticas por faixas: total da amostra principal.	16
Gráfico 1	Distribuição percentual das faixas conforme o número de práticas implementadas no total da amostra principal.	12
Gráfico 2	Comparação dos percentuais de empresas que têm práticas implantadas nos anos 2004 (Pesquisa Akatu nº. 4) e 2008: por segmento.	13
Gráfico 3	Distribuição percentual das empresas conforme incorporação de práticas agrupadas em subtemas: média do total de empresas e média das grandes empresas da amostra principal.	14
Gráfico 4	Distribuição percentual das empresas conforme incorporação de práticas agrupadas em temas: média do total de empresas da amostra principal.	15
Gráfico 5	Distribuição percentual das empresas conforme incorporação de práticas: total de empresas da amostra principal.	15

Gráfico 6	Tipos de práticas mais implementadas pelas empresas da amostra principal (<i>clusters</i>) conforme as faixas de número de práticas.	16
Gráfico 7	Distribuição porcentual das empresas conforme incorporação de práticas agrupadas no tema Meio Ambiente: média do total da amostra e média dos segmentos por setor - indústria, comércio e serviços. Amostra principal.	17
Gráfico 8	Distribuição porcentual das empresas conforme existência de comitê de RSE ou de sustentabilidade: média do total da amostra e média dos segmentos Energia Elétrica e Finanças. Amostra principal.	18
Gráfico 9	Distribuição porcentual das empresas conforme incorporação de práticas agrupadas em temas: média do total da amostra e média dos segmentos Energia Elétrica e Finanças. Amostra principal.	18
Gráfico 10	Distribuição porcentual das empresas conforme assimilação de práticas agrupadas no tema Proteção das Relações de Consumo: média da amostra principal e segmento Farmacêutico.	19
Gráfico 11	Distribuição porcentual do número de instrumentos e referências implementadas ou em processo de implementação no total da amostra: empresas da amostra principal.	20
Gráfico 12	Distribuição porcentual das empresas conforme instrumentos ou ferramentas de apoio à RSE incorporados ou em processo de incorporação: empresas da amostra principal.	21
Gráfico 13	Distribuição porcentual das empresas conforme existência de comitê de RSE ou de sustentabilidade, políticas formais de RSE e metas e indicadores: média do total da amostra e média das grandes empresas. Amostra principal.	21
Gráfico 14	Distribuição porcentual das empresas conforme práticas implementadas no total da amostra principal.	23
Gráfico 15	Distribuição porcentual das empresas conforme áreas responsáveis por RSE no total da amostra principal.	24
Gráfico 16	Distribuição porcentual das empresas conforme áreas responsáveis por RSE: total da amostra e empresas por porte. Amostra principal.	24
Gráfico 17	Distribuição porcentual das empresas conforme incorporação de práticas em temas: média da amostra principal e média das 500 Maiores Empresas da Revista Exame.	25
Gráfico 18	Distribuição porcentual das empresas conforme incorporação de práticas agrupadas em subtemas: média da amostra principal e média das 500 Maiores Empresas da Revista Exame.	26
Gráfico 19	Distribuição porcentual das empresas conforme incorporação de práticas agrupadas em temas: média da amostra principal e média dos associados Ethos.	26
Gráfico 20	Distribuição porcentual das empresas conforme existência de comitês de RSE e/ou política formal de RSE: total da amostra principal, associados Ethos e 500 Maiores Empresas da Revista Exame.	27
Gráfico 21	Distribuição porcentual das empresas conforme instrumentos mais implantados ou em processo de implantação: total da amostra principal, amostra Associados Ethos e 500 Maiores Empresas da Revista Exame.	28
Gráfico 22	Distribuição porcentual das empresas conforme áreas responsáveis por RSE: amostra principal, Associados Ethos e 500 Maiores Empresas da Revista Exame.	29

APRESENTAÇÃO

A PESQUISA

É com muita satisfação que apresentamos ao público mais um estudo realizado em conjunto pelos institutos Ethos e Akatu, voltado à questão da Responsabilidade Social Empresarial – RSE. Este estudo foi motivado pela comemoração dos 10 anos de fundação do Instituto Ethos em 2008, visando mapear o movimento empresarial no Brasil e criar uma linha de base para mensurações futuras.

A pesquisa Práticas e Perspectivas da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil – 2008 retrata o panorama atual da atuação efetiva das empresas brasileiras em responsabilidade social. O estudo buscou identificar as principais conquistas e os desafios do fenômeno da RSE no Brasil.

Um dos diferenciais da pesquisa é investigar diretamente o comportamento das empresas por meio do questionamento sobre a existência de práticas de RSE e seus níveis de implementação. Nesta pesquisa, não se discute o posicionamento das empresas em termos de valores e crenças sobre RSE, mas sim o que elas já têm feito de fato. Os resultados são declarações das empresas sobre suas práticas e, pelos limites da pesquisa, não houve averiguação da veracidade das declarações.

Outro diferencial foi o esforço em mapear um conjunto significativo de temas de RSE. A Responsabilidade Social Empresarial é um tema que traz em si o desafio da abrangência e, portanto, da complexidade de mapeamento. Como se trata de uma forma de gestão que pressupõe uma postura diante da sociedade, visando a sustentabilidade, envolve uma ampla gama de práticas e ações desejáveis que precisam ser adaptadas à realidade de cada empresa, e cujas prioridades podem mudar ao longo do tempo.

Para sintonizar entre os leitores a conceituação de RSE, da qual partimos, vale destacar a definição do Instituto Ethos:

Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Considerando essa definição, e a partir de reflexões já sistematizadas pelo Ethos e pelo Akatu nos últimos anos, as quais se basearam nas construções do movimento de responsabilidade social como um todo, chegou-se nesta pesquisa a um conjunto de 56 práticas, estruturadas em torno de 6 temas e 22 subtemas. Dessa forma, nesta pesquisa investigaram-se como ações de RSE desde questões de relações de consumo da empresa com seu cliente/consumidor, de relações de trabalho com seus colaboradores e funcionários terceirizados, até questões de ética e transparência da empresa, diálogo com *stakeholders*, governança corporativa e também questões ligadas ao impacto ambiental da empresa.

A pesquisa preocupou-se também em realizar um mapeamento que pudesse representar o conjunto de empresas brasileiras, além de aprofundar a investigação de alguns segmentos, conforme descrito no capítulo Metodologia e Amostra.

Por meio dos resultados desta pesquisa, puderam ser identificados segmentos empresariais que são hoje referência no movimento de RSE, verificar a abrangência e distribuição do tema RSE no conjunto das empresas e também dimensionar os desafios a serem enfrentados (considerando-se os tipos de práticas que ainda não são discutidas ou não estão implantadas na maioria das empresas).

Esta pesquisa buscou construir uma linha de base para futuras mensurações que possam avaliar na replicação de questões a evolução do fenômeno RSE. Estão previstas reflexões futuras que venham trazer melhorias no formato da pesquisa.

Os institutos Ethos e Akatu têm especial agradecimento ao IBOPE, pela realização da pesquisa, e à Fundação Kellogg e ao Fumin – Fundo Multilateral de Investimentos do Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, que financiaram o estudo e sua publicação.

PRINCIPAIS CONCLUSÕES

Este estudo revela que 50% das empresas têm ao menos 22 práticas de RSE implantadas, de um total de 56 práticas avaliadas. Esse percentual parece indicar um aumento do envolvimento das empresas nos últimos anos, considerando uma comparação indireta com um estudo realizado pelo Instituto Akatu em 2004, em que 50% das empresas implantaram apenas 11 ou mais práticas de RSE em um total de 55 (algumas dessas práticas eram iguais às avaliadas nesta pesquisa, outras semelhantes ou diferentes). As perguntas e amostras que são diretamente comparáveis demonstram, de fato, um crescimento da adesão das empresas a alguns temas específicos.

As 56 práticas que compõem o questionário foram escolhidas a partir de duas ferramentas elaboradas pelos institutos Ethos e Akatu, respectivamente: Critérios Essenciais de Responsabilidade Social Empresarial e seus Mecanismos de Indução e a Escala Akatu de Responsabilidade Social Empresarial.

Há uma capilaridade dos conceitos de responsabilidade social entre as empresas brasileiras, atingindo inclusive as empresas menores. Mas o envolvimento efetivo com o tema tende a ser maior entre as grandes empresas, bem como entre as empresas pesquisadas em duas amostras especiais: Associados Ethos e 500 Maiores da Revista Exame. Esse envolvimento é mensurado por meio de vários indicadores: percentuais de adesão a práticas de RSE, presença de instrumentos formais para construção de estratégias de RSE (comitês, departamentos, políticas formais) e utilização de fontes de referência e ferramentas de apoio à implantação da RSE nas empresas – como ISO 14000, Diretrizes da OIT etc.

O comportamento das grandes empresas (indústrias acima de 500 funcionários e comércios/serviços acima de 100 funcionários) da amostra principal se destaca da média geral das empresas especialmente em alguns temas. Além disso, mais empresas desse porte estão em um estágio mais avançado do processo de implementação de

suas ações, tendo já discutido internamente essas ações e encaminhado as mudanças necessárias até sua implementação efetiva.

As empresas que fazem parte da amostra especial das 500 Maiores da Revista Exame destacam-se substancialmente em relação à média, inclusive apresentando percentuais positivos bem maiores que o das empresas de grande porte da amostra principal. O mesmo acontece com as empresas associadas ao Instituto Ethos. Embora os resultados das amostras especiais (Associados Ethos e 500 Maiores da Revista Exame) devam ser lidos com cautela porque apresentam margens de erros maiores, mas indicam tendências claras de comportamento, as quais mostram que essas empresas são hoje referência no processo de discussão e implantação da RSE no Brasil. Suas médias de adesão às práticas são maiores, bem como os percentuais que mensuram a formalização de suas estratégias de RSE.

Apesar do maior envolvimento das empresas nos últimos anos, a responsabilidade social nas empresas no Brasil é ainda um processo em construção, com um longo caminho a se desenvolver. Muitas práticas, em diferentes temas de RSE, ainda não são adotadas pela maioria das empresas, enquanto as práticas mais adotadas tendem a estar relacionadas a temas que impactam mais diretamente na sobrevivência das empresas e/ou também relacionadas às imposições de regulamentações do setor que atuam.

Isso fica evidenciado pelo fato de que as práticas que têm maior adesão, bem como os temas (agrupamentos de práticas) que apresentam maiores médias percentuais são aqueles relacionados à proteção das relações de consumo e relações de trabalho – geralmente temas submetidos a pressões do mercado e sociedade e também regulados por leis e normas.

Há também um baixo percentual de empresas que utilizam instrumentos de formalização de políticas globais de RSE, bem como ferramentas e referências para auxiliar as empresas na definição de suas ações. Isso indica que, apesar de as práticas de responsabilidade social serem crescentemente incorporadas nas empresas, algumas delas de modo formal (práticas escritas, divulgadas, colocadas em contrato), falta por outro lado uma maior formalização e institucionalização dessas práticas em nível estratégico e político.

Os temas de Responsabilidade Social Empresarial que representam maiores desafios são aqueles que envolvem um diálogo com um rol maior de públicos e são nitidamente voltados para além de seus interesses mais imediatos: meio ambiente, ética e transparência, governança corporativa e relacionamento com seus públicos. Temas como esses implicam em um maior aprofundamento da responsabilidade social dentro da empresa, muitas vezes demandando um maior investimento de recursos e também importantes mudanças na cultura da empresa. Ao lidar com questões como transparência, relacionamento com funcionários, acionistas, consumidores, comunidades no entorno, entre outros, eles passam a envolver mudanças nas fundamentações éticas da empresa, exigindo assim um envolvimento mais consistente.

Considerando-se o número de ações implementadas pelas empresas, a pesquisa traz também um percentual de 20% delas (entre as empresas da amostra principal) que já implantou entre 34 ou mais práticas. Esse percentual pode ser apontado como um indicativo da quantidade de empresas que se encontram mais envolvidas com o processo de implementação da RSE no Brasil.

METODOLOGIA E AMOSTRA

UNIVERSO E AMOSTRAS INVESTIGADOS

A pesquisa diretamente mensura um grupo de 56 práticas, entre as mais relevantes hoje, das que são consideradas ações de responsabilidade social de uma empresa. As práticas foram avaliadas conforme seu nível de implantação.

Esta pesquisa verifica também o nível de utilização de ferramentas e documentos de referência que apóiam as empresas na definição de suas estratégias e ações em RSE. E analisa a presença de estruturas formais de políticas de RSE, tais como comitês, políticas formais e indicadores e metas.

Conduzida pelos institutos Ethos e Akatu no ano de 2008 e realizada pelo IBOPE, a pesquisa foi a campo no primeiro semestre de 2008. Os entrevistados foram contatados via e-mail e telefone, e responderam via telefone (escolha da maioria) ou web. Buscou-se entrevistar o profissional mais qualificado para responder pela empresa sobre as ações de RSE e sustentabilidade.

O **universo** foi composto por empresas brasileiras formalmente constituídas, de vários portes e setores.

A **amostra principal** desta pesquisa abrangeu empresas de pequeno, médio e grande porte e em todas as regiões do país, bem como dos setores: indústria, comércio, serviços e outros. Essa amostra é representativa do universo das empresas no Brasil.

Para possibilitar a leitura de todos esses segmentos, foi realizado um total de 721 entrevistas para a amostra principal, posteriormente reduzida para **500 entrevistas** no processo de ponderação para recomposição das proporcionalidades de cada estrato.

Buscou-se também investigar o comportamento de alguns **segmentos de atividades** específicos: Construção Civil, Farmacêutico, Metalurgia/Siderurgia, Mineração, Papel e Celulose, Têxtil, Couro e Vestuário, Alimentos/Produtos Agrícolas, Comércio Varejista, Energia Elétrica, Finanças, Veículos e Peças. Para possibilitar o detalhamento desses segmentos, o total de entrevistas da amostra principal chegou a 1134. Não foi possível completar a amostra necessária em três dos segmentos investigados (Açúcar e Alcool, Petróleo e Gás e Telecomunicações), portanto os resultados para esses segmentos não podem ser considerados. Os resultados dos segmentos avaliados devem ser lidos como indicativos, já que a margem de erro é alta.

Além disso, ouviram-se nas amostras especiais empresas filiadas ao Instituto Ethos (74 entrevistas), e também foram investigadas empresas relacionadas nas 500 Maiores da Revista Exame (104 entrevistas). Essas amostras não produzem impacto nos resultados totais da amostra principal. Suas margens de erro são altas e os resultados devem ser vistos como indicativos. Somando-se as amostras especiais às demais entrevistas, o total da amostra da pesquisa foi de 1333 entrevistas.

DETALHES DA METODOLOGIA E AMOSTRA

O porte das empresas foi definido seguindo critérios IBGE e SEBRAE:

Tabela 1

Classificação do porte das empresas segundo os critérios IBGE e SEBRAE

Porte (nº funcionários)	Indústria	Comércio / Serviços
Pequena	De 20 a 99	De 10 a 49
Média	De 100 a 500	De 50 a 99
Grande	Acima de 500	Acima de 100

As empresas pequenas representaram 83% da amostra, as médias 9% e as grandes empresas 8%, o que corresponde à distribuição das empresas brasileiras por porte.

Considerando o setor, a distribuição da amostra foi de: 6% da indústria, 39% do comércio e 56% de serviços e outros, também representativa do universo de empresas brasileiras.

A distribuição das entrevistas conforme as regiões do Brasil foi:

- 38% Sudeste;
- 24% Sul;
- 13% Centro-Oeste;
- 17% Nordeste; e
- 7% Norte.

A amostra teve distribuição proporcional às regiões do país, e desproporcional em relação aos segmentos de atividade (Construção Civil, Farmacêutico etc.) e setores de atividade (indústria, comércio etc.), de forma a garantir um número suficiente de casos de empresas que existem em menor proporção no universo.

O erro amostral é:

Tabela 2

Margem de erro da pesquisa

AMOSTRA PRINCIPAL	Amostra	Erro (%)	
Total	721	4	
Variável Porte			
Pequeno	430	5	
Médio	134	8	
Grande	157	8	
Variável Setor de Atuação			
Indústria	163	8	
Comércio	256	6	
Serviços	302	6	
AMOSTRAS ESPECIAIS			Universo
Ethos	74	11	1220
500 Maiores da Revista Exame	104	9	500

SELEÇÃO DO CONJUNTO DE PRÁTICAS REPRESENTATIVAS DE RSE

As 56 práticas selecionadas para a elaboração do questionário foram escolhidas por meio de um consistente processo que utilizou como base duas ferramentas elaboradas pelos institutos Ethos e Akatu. Por um lado, o estudo desenvolvido e publicado pelo Ethos: *Critérios Essenciais de Responsabilidade Social Empresarial e seus Mecanismos de Indução* e por outro lado, a *Escala Akatu de Responsabilidade Social Empresarial*.

O processo de seleção do conjunto de práticas representativas de RSE buscou estabelecer, ao mesmo tempo:

- um rol não muito extenso, porém representativo e abrangente, dos diversos temas que constituem as ações possíveis e mais essenciais de responsabilidade social; e
- uma lista de práticas que retratem tanto o que tende a ser as práticas mais usuais das empresas como também permita diferenciar as empresas conforme estágios de atuação.

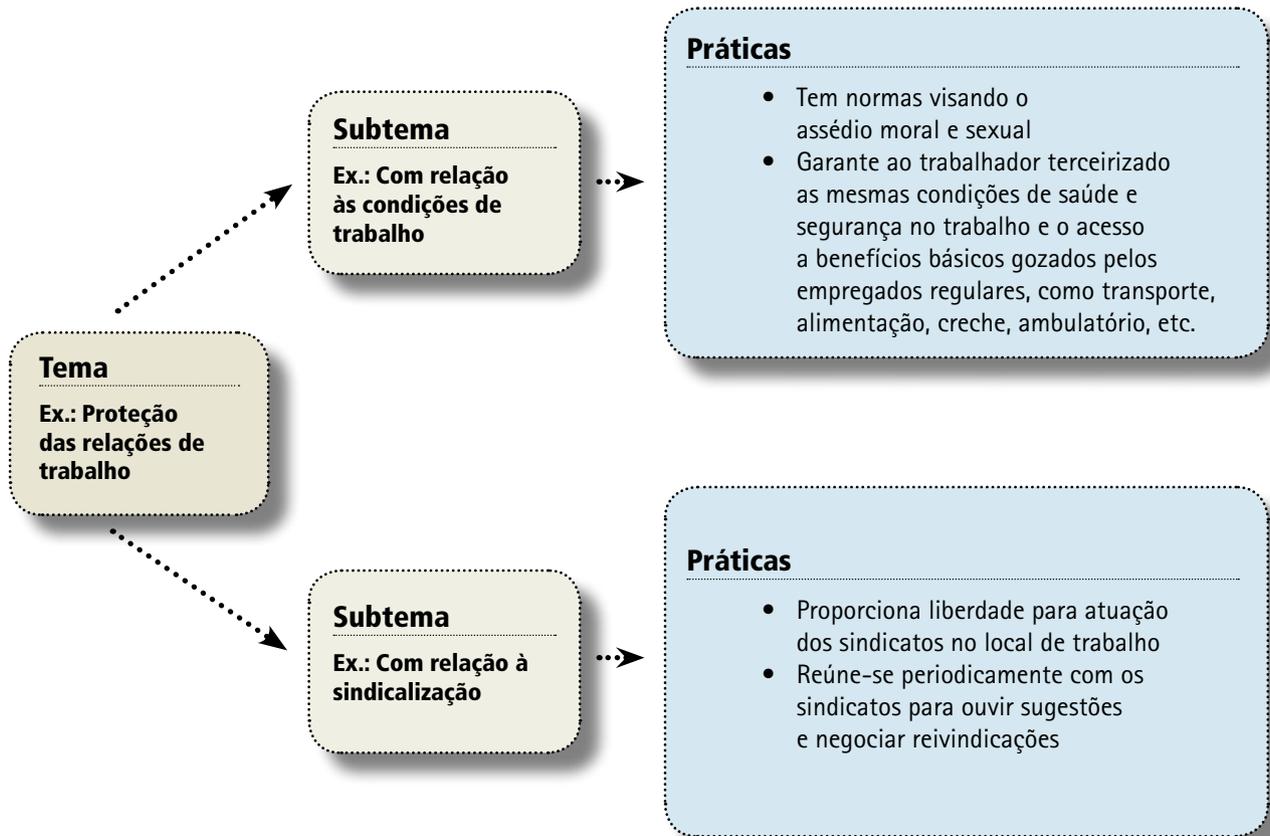
O estudo *Critérios Essenciais de Responsabilidade Social Empresarial e seus Mecanismos de Indução* do Instituto Ethos foi publicado em 2006. Com o objetivo de nortear as ações da empresa, identificou 29 critérios considerados essenciais para a RSE. Esses critérios foram definidos a partir da leitura de 33 fontes de referência, nacionais e internacionais. Dessa leitura, identificaram-se 809 recomendações que foram então agrupadas segundo as áreas e temas relacionados à gestão, conforme uma matriz de análise que permitiu a redação dos 29 critérios. Buscou-se, nesse processo, refletir consensos entre diferentes atores da sociedade, abrangência e credibilidade de temas nos âmbitos nacional e internacional.

A *Escala Akatu de Responsabilidade Social Empresarial* é um conjunto de 60 práticas que correspondem às ações efetivamente implantadas pelas empresas brasileiras que mais têm se empenhado em sua responsabilidade socioambiental, e que retratam, ao mesmo tempo, as ações que mais diferenciam as empresas conforme o grau de adoção de práticas de responsabilidade social. Criada em 2005, a escala baseia-se em duas pesquisas conduzidas pelo Instituto Akatu: *Responsabilidade Social Empresarial: um Retrato da Realidade Brasileira*, de 2004, e *Responsabilidade Social Empresarial: o Que o Consumidor Consciente Espera das Empresas*, de 2006, que inclui também a análise do comportamento de empresas filiadas ao Instituto Ethos.

Alguns resultados desta pesquisa com empresas realizada pelo Akatu em 2004 puderam ser comparados aos resultados da atual pesquisa de 2008, possibilitando assim a análise da evolução de algumas práticas empresariais ao longo de quatro anos. As comparações foram possíveis considerando três segmentos: pequenas empresas, médias empresas e 500 Maiores da Revista Exame.

ESTRUTURAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

A abordagem das 56 práticas selecionadas baseou-se na seguinte estrutura:



As práticas foram avaliadas conforme cinco níveis de implementação:

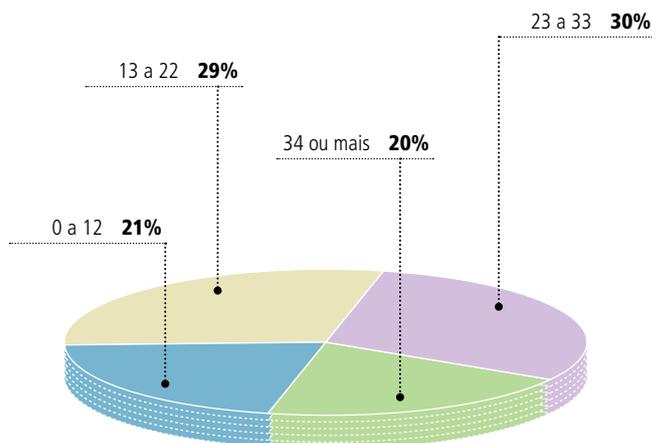
- *tem ação implementada e consolidada;*
- *está em processo de implementação;*
- *pretende implementar;*
- *está em discussão; e*
- *nunca discutiu.*

CONCLUSÕES

1. 50% das empresas têm ao menos 22 práticas de RSE implantadas, de um total de 56 práticas avaliadas (*gráfico 1*), o que indica um aumento do envolvimento das empresas nos últimos anos.
 - a. A grande maioria das empresas (79%) tem um número igual ou superior a 13 práticas de responsabilidade social implantadas.
 - b. 20% das empresas implantaram 34 ou mais práticas das 56 avaliadas, representando assim o conjunto das empresas que têm maior envolvimento.
 - c. Na pesquisa realizada pelo Akatu em 2004, em que foram investigadas 55 práticas de responsabilidade social das empresas, eram apenas 11 o número de práticas implantadas por 50% das empresas. Comparando-se a pesquisa Akatu de 2004, embora o conjunto de práticas avaliadas nos dois casos não seja idêntico, mas similar, pode-se inferir (de forma especulativa) que o aumento de 11 para 22 práticas nestes quatro anos indica a intensificação do envolvimento das empresas com a RSE.

Gráfico 1

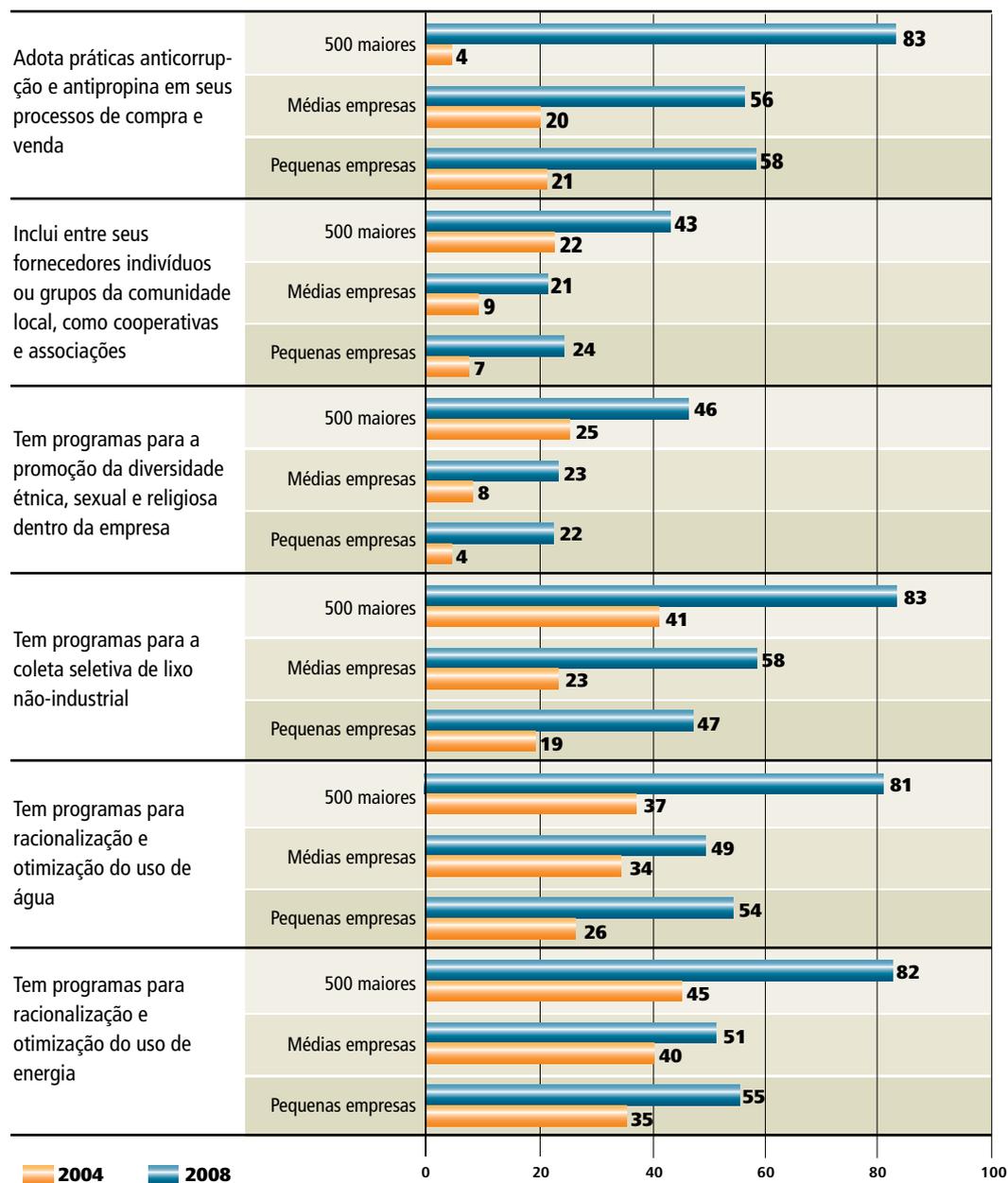
Distribuição porcentual das faixas conforme o número de práticas implementadas no total da amostra principal.



- d. Analisando-se essas duas pesquisas nas perguntas e amostras que são idênticas, portanto comparáveis, há de fato um aumento na adesão das empresas a determinadas ações. As amostras comparáveis são os segmentos pequenas empresas e médias empresas da amostra principal. Além disso, também é comparável o segmento das 500 Maiores Empresas da Revista Exame, que constituiu uma amostra especial nesta pesquisa de 2008 (*gráfico 2*).

Comparação dos percentuais de empresas que têm práticas implantadas nos anos 2004 (Pesquisa Akatu) e 2008: por segmento.

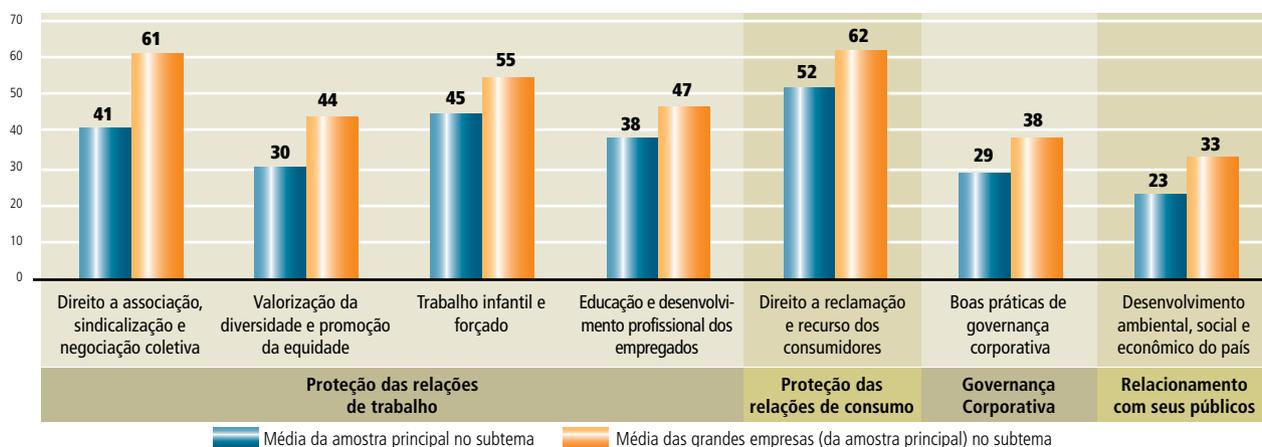
2004 x 2008



2. Há uma capilaridade dos conceitos de responsabilidade social entre as empresas brasileiras dos diversos portes, atingindo inclusive as empresas menores. Mas o envolvimento mais intenso com o tema é maior entre as grandes empresas.
 - a. 83% da amostra de empresas entrevistadas é composta por empresas pequenas. Entre elas, 50% apresentam 20 ou mais ações de RSE implantadas.
 - b. As empresas grandes (da amostra principal) estão um passo à frente no processo de implementação da RSE, e se destacam em alguns temas. Há 7 subtemas em que o percentual de adesão das grandes empresas é significativamente maior que a média da amostra (gráfico 3).

Gráfico 3

Distribuição porcentual das empresas conforme incorporação de práticas agrupadas em subtemas: média do total de empresas e média das grandes empresas da amostra principal.



- c. As grandes empresas também estão mais adiantadas no processo de discussão dos conceitos e práticas de RSE, como revela uma análise do índice composto pelo conjunto de ações implementadas (peso 2) e ações em processo de implementação (peso 1). Isso sinaliza que a discussão sobre responsabilidade social talvez avance mais rapidamente nas empresas maiores (tabela 3).

Tabela 3

Distribuição porcentual das empresas conforme indicador de práticas implantadas e em processo de implantação: média do total de empresas e média dos segmentos por porte.

Indicador (implantado: peso 2; em processo: peso 1) Média Total	Porte da empresa		
	Pequena	Média	Grande
Relações de trabalho	40,2	41,3	46,9
Relações de consumo	37,3	37,2	40,3
Meio ambiente	31	30,5	34,2
Relacionamento com seus públicos	22,3	21,6	25,6
Ética e transparência	21,7	21	24,1
Governança corporativa	7,3	7,5	8,9

3. Apesar do maior envolvimento, a responsabilidade social nas empresas no Brasil é ainda um processo em construção, já que muitas práticas, em diferentes temas de RSE, ainda não são adotadas pela maioria das empresas. As práticas mais adotadas tendem a estar relacionadas a temas que impactam mais diretamente na sobrevivência das empresas e também relacionadas às imposições de regulamentações do setor onde atuam.
- a. Proteção das relações de consumo e direitos das relações de trabalho são os temas que, no conjunto de práticas, tendem a ser hoje mais adotados. São temas que impactam mais diretamente na sobrevivência das empresas – resultado muitas vezes de demandas e pressões do consumidor/cidadão ou dos trabalhadores, as quais, em parte, podem também ter se traduzido em regulamentações, leis e normas (gráfico 4).

Gráfico 4

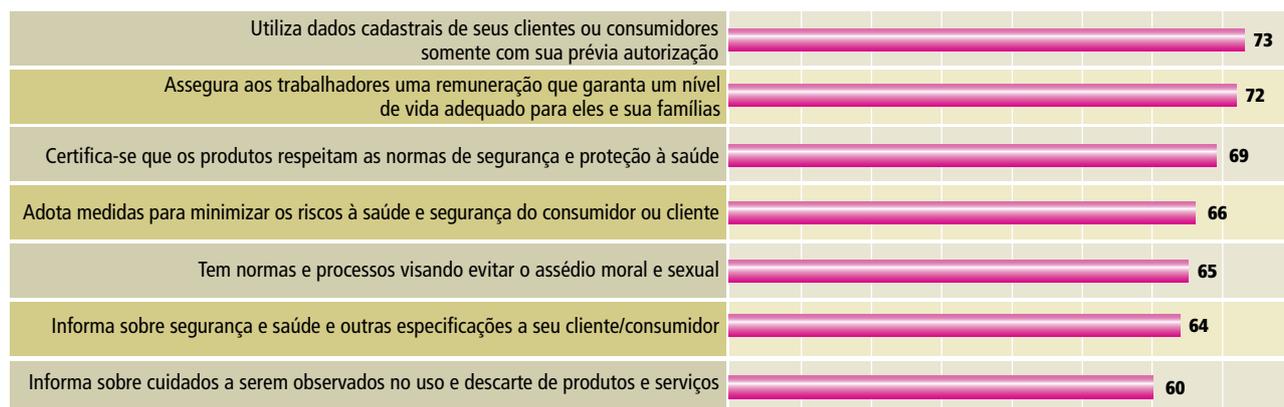
Distribuição percentual das empresas conforme incorporação de práticas agrupadas em temas: média do total de empresas da amostra principal.



- b. Do conjunto total de práticas, aquelas que têm maior adesão, considerando-se as adotadas por mais de 60% das empresas, são todas práticas relacionadas às relações de consumo e de trabalho (*gráfico 5*)

Gráfico 5

Distribuição percentual das empresas conforme incorporação de práticas: total de empresas da amostra principal.



- c. O número de práticas de RSE adotadas pelas empresas tem uma relação com os tipos de práticas mais adotadas, e as empresas que mais têm ações implantadas são também aquelas que já atuam num rol mais amplo de temas de RSE (tabela 4 e gráfico 6).
- As práticas relacionadas a consumidores/clientes tendem a ser aquelas mais adotadas pelas empresas que implantaram entre 13 e 22 ações de RSE, ou seja, proporcionalmente mais empresas desta faixa adotam ações de proteção das relações de consumo, comparado aos percentuais de adoção dos outros tipos de práticas.
 - Aquelas que implantaram entre 23 e 33 ações atuam principalmente nas práticas relacionadas a consumidores e também naquelas relacionadas a relações de trabalho.

- iii. Já as empresas com 34 ou mais ações implantadas atuam nestes mesmos temas e também incluem práticas relacionadas a questões socioambientais.
- iv. A distribuição porcentual das práticas adotadas pelas empresas com menos de 13 ações implantadas não chega a configurar com clareza um tipo de prática mais implementada.

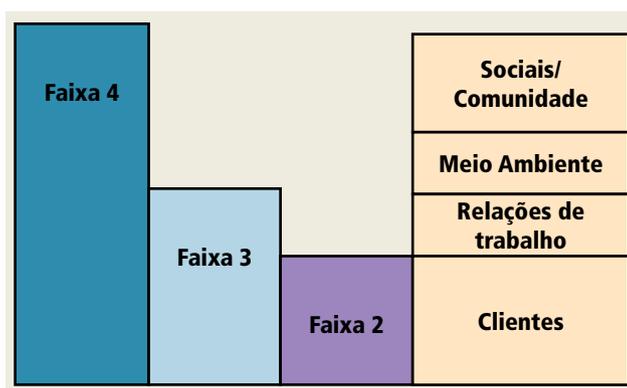
Tabela 4

Distribuição porcentual das empresas conforme quantidade de implantação de práticas por faixas: total da amostra principal.

Quantidade de práticas	Número de práticas implantadas e consolidadas	% médio de empresas
Faixa 1	0 a 12	21%
Faixa 2	13 a 22	29%
Faixa 3	23 a 33	30%
Faixa 4	34 ou mais	20%

Gráfico 6

Tipos de práticas mais implementadas pelas empresas da amostra principal (*clusters*) conforme as faixas de números de práticas.



Observação - Os tipos de práticas aqui relacionados representam *clusters*. Que são grupos identificados estatisticamente por terem similaridade entre si, segundo determinadas variáveis, e que então recebem um nome/ classificação que busca traduzir esta similaridade.

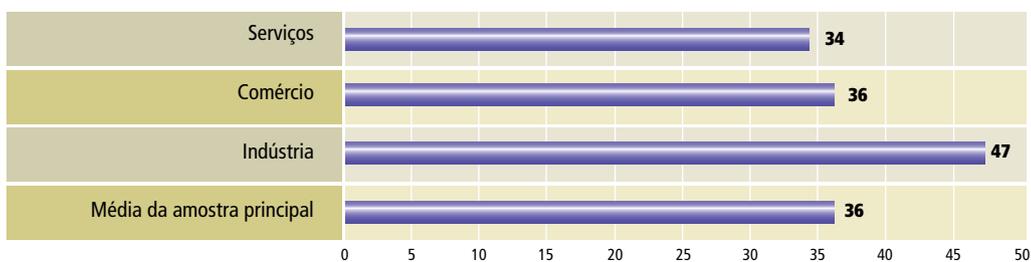
- d. Alguns setores se destacam em determinados temas de RSE, o que pode ser relacionado, ao menos parcialmente, às regulamentações do setor (*gráfico 7*).
- i. Há um destaque para os segmentos ligados às indústrias na questão de meio ambiente. Há provavelmente uma correlação entre este destaque e o fato de existirem importantes regulamentações para questões ambientais, para o setor industrial, bem como uma maior pressão da sociedade neste sentido.

EXEMPLOS DE REGULAÇÕES APLICÁVEIS AO SETOR INDUSTRIAL

- Resolução Conama nº. 001/1990 - Dispõe sobre critérios e padrões de emissão de ruídos das atividades industriais.
- Resolução Conama nº. 313/2002 - Dispõe sobre o Inventário Nacional de Resíduos Sólidos Industriais.
- Resolução Conama nº. 382/2006 - Estabelece os limites máximos de emissão de poluentes atmosféricos para fontes fixas

Gráfico 7

Distribuição percentual das empresas conforme incorporação de práticas agrupadas no tema Meio Ambiente: média do total da amostra e média dos segmentos por setor - indústria, comércio e serviços. Amostra principal.



- ii. Os segmentos **Energia Elétrica** e **Finanças** destacam-se em relação aos demais pela presença de comitês de RSE ou sustentabilidade. Também se destacam pela adesão a práticas de RSE, considerando-se vários temas (*gráficos 8 e 9*).

Historicamente são segmentos com marco regulatório avançado em termos de RSE e Sustentabilidade, nacional e internacionalmente, o que se reflete também em parcerias estabelecidas com o Ethos ao longo de 10 anos do movimento.

Gráfico 8

Distribuição percentual das empresas conforme existência de comitê de RSE ou sustentabilidade: média do total da amostra e média dos segmentos Energia Elétrica e Finanças. Amostra principal.

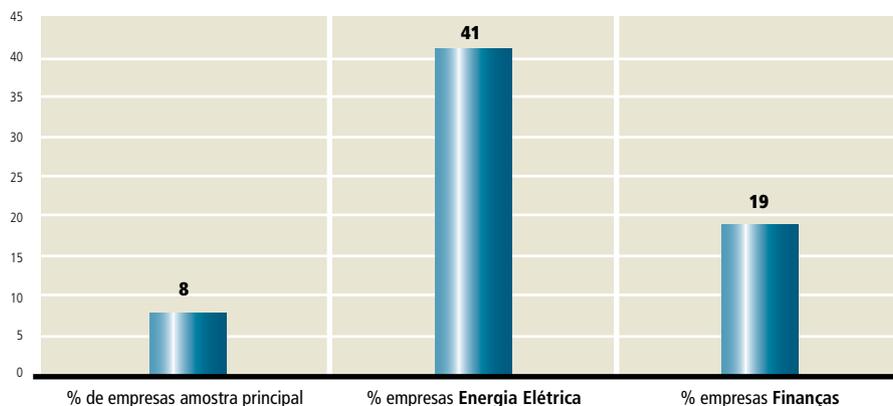
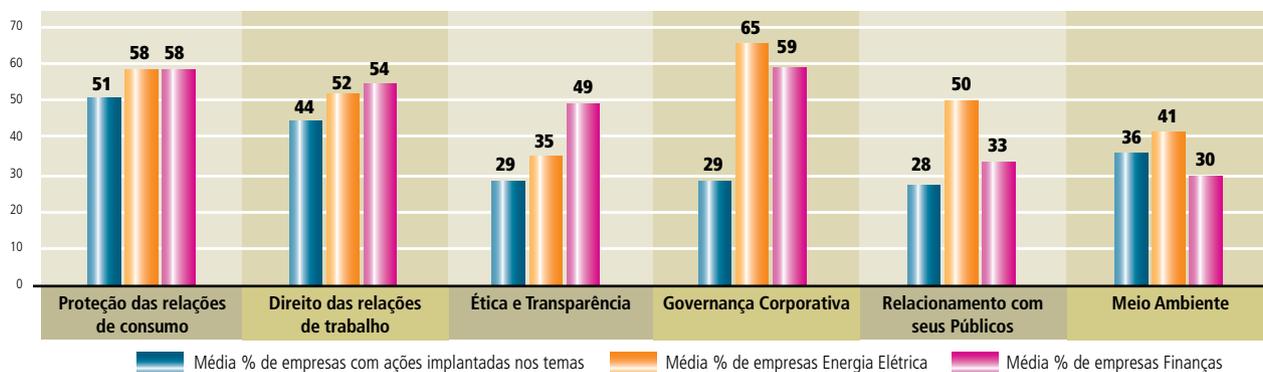


Gráfico 9

Distribuição percentual das empresas conforme incorporação de práticas agrupadas em temas: média do total da amostra e média dos segmentos Energia Elétrica e Finanças. Amostra principal.



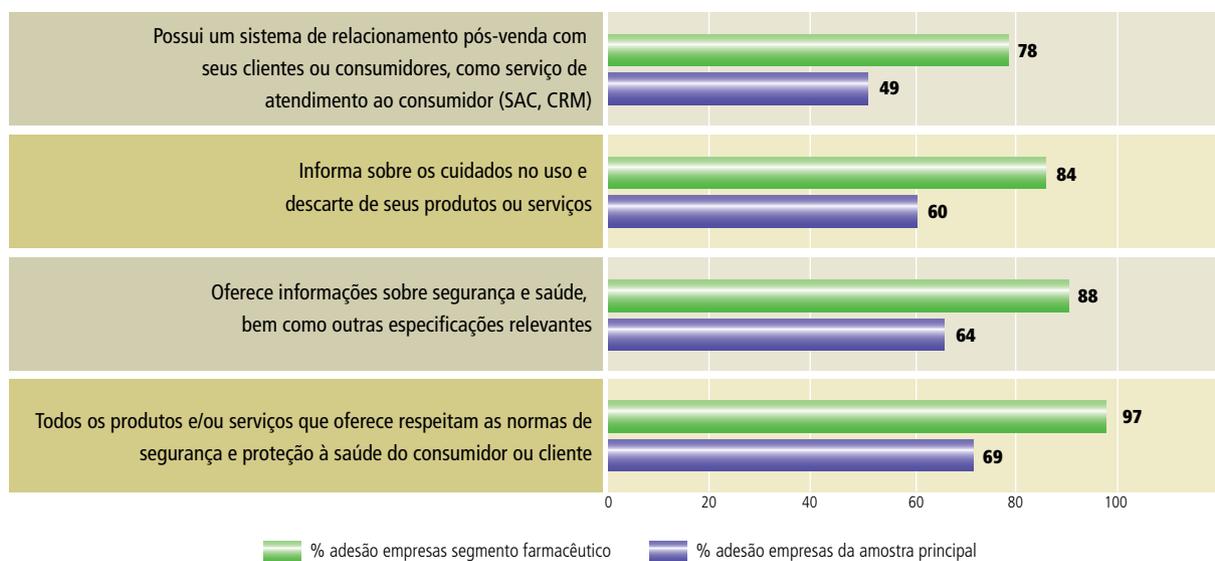
- iii. Destaque para o segmento **Farmacêutico** com relação à proteção das relações de consumo. Esse setor também é particularmente orientado por leis e decretos especialmente voltados à questão das relações de consumo (*gráfico 10*).

ALGUMAS DAS LEIS E DECRETOS QUE REGULAM A RELAÇÃO DO SETOR COM O CONSUMIDOR:

- Lei nº 5.991, de 17 de dezembro de 1973, que dispõe sobre o controle sanitário do comércio de drogas, medicamentos, insumos farmacêuticos e correlatos, e dá outras providências,
- Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, que dispõe sobre a vigilância sanitária a que ficam sujeitos os medicamentos, as drogas, os insumos farmacêuticos e correlatos, cosméticos, saneantes e outros produtos, e dá outras providências.
- Decreto nº 79.094, de 5 de janeiro de 1977, que regulamenta a Lei no 6.360, de 23 de setembro de 1976, que submete a sistema de vigilância sanitária os medicamentos, insumos farmacêuticos, drogas, correlatos, cosméticos, produtos de higiene, saneantes e outros,
- Lei nº 9.787, de 10 de fevereiro de 1999, que altera a Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, que dispõe sobre a vigilância sanitária, estabelece o medicamento genérico, dispõe sobre a utilização de nomes genéricos em produtos farmacêuticos e dá outras providências.

Gráfico 10

Distribuição percentual das empresas conforme assimilação de práticas agrupadas no tema Proteção das Relações de Consumo: média da amostra principal e segmento **Farmacêutico**.



4. Há também um baixo porcentual de empresas que se utilizam de instrumentos de formalização de políticas globais de RSE, bem como ferramentas e referências para auxiliar as empresas na definição de suas ações. Isso indica que, apesar de as práticas de responsabilidade social estarem sendo crescentemente incorporadas nas empresas, algumas delas de modo formal (práticas escritas, divulgadas, colocadas em contrato), falta por outro lado uma maior formalização e institucionalização em nível estratégico e político.

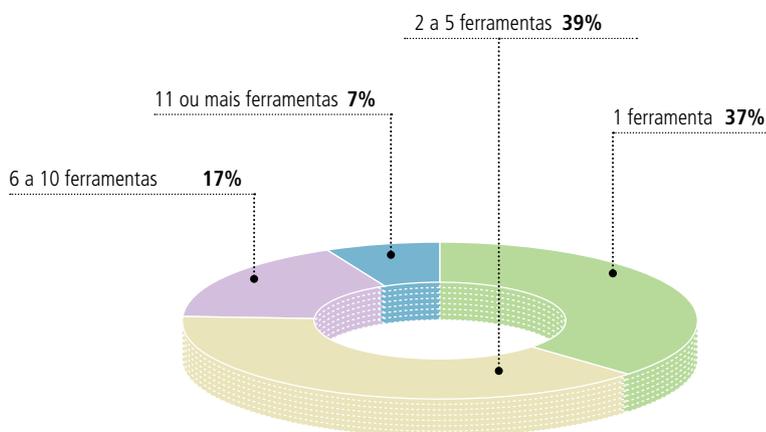
a. Considerando o conjunto das empresas brasileiras, há ainda uma baixa utilização de ferramentas e referências para auxiliar as empresas na definição de suas ações e estratégias em responsabilidade social.

A pesquisa analisou um conjunto de 35 fontes de referência ou ferramentas deste tipo que podem ser utilizadas pelas empresas para apoiar a definição de suas estratégias e ações.

i. Do total de empresas da amostra principal, 29% delas tinham incorporado ou estavam em fase de incorporação de ao menos uma ferramenta ou fonte de referência. Desses 29% de empresas, o grau de usabilidade das ferramentas pode ser observado no gráfico 11.

Gráfico 11

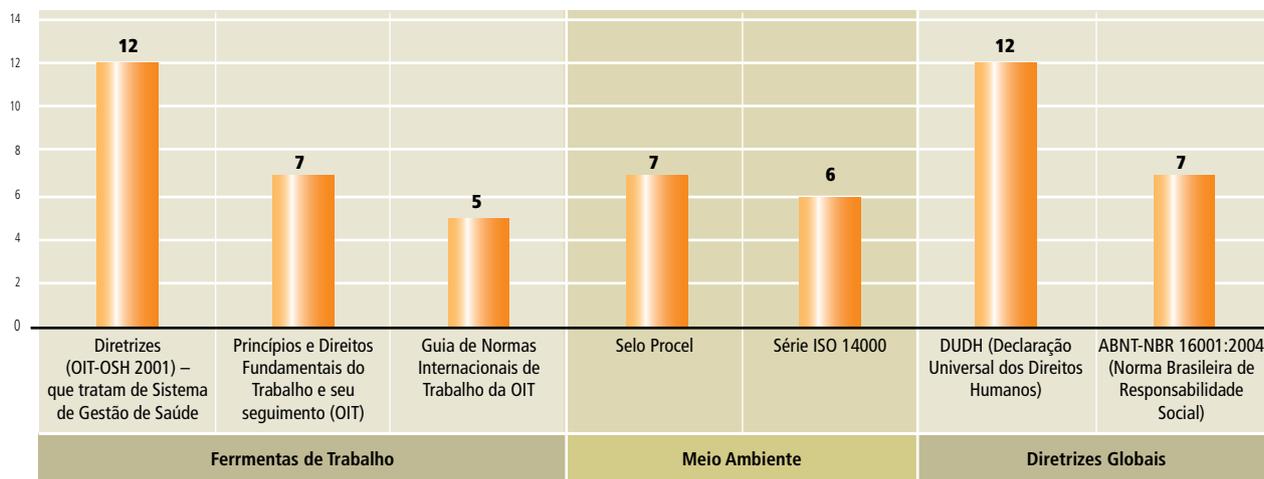
Distribuição porcentual do número de instrumentos e referências implementados ou em processo de implementação no total da amostra: empresas da amostra principal.



ii. Considerando-se a distribuição das ferramentas/referências adotadas ou em vias de adoção no conjunto total da amostra principal, observa-se que ainda é baixa a utilização destes apoios entre as empresas. As ferramentas/referências mais utilizadas têm em torno de 5% a 12% de adesão (gráfico 12).

Gráfico 12

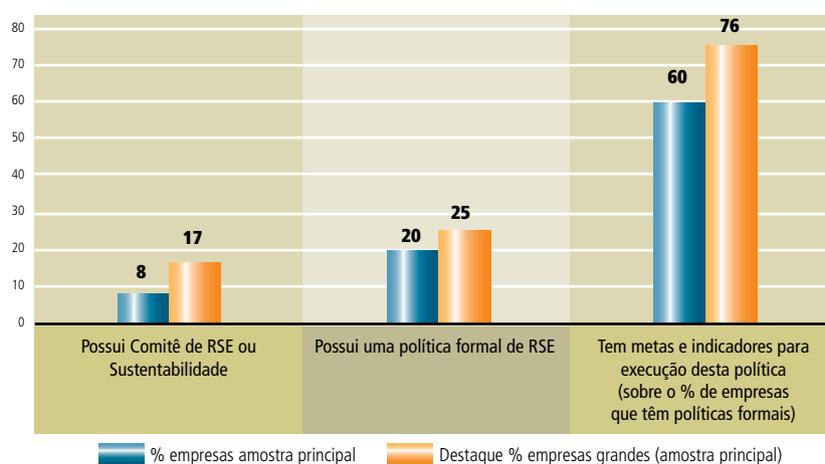
Distribuição porcentual das empresas conforme instrumentos ou ferramentas de apoio à RSE incorporados ou em processo de incorporação: empresas da amostra principal.



- b. Do ponto de vista de estratégia, há indicativos de que a maior parte das empresas ainda não emprega instrumentos de formalização de políticas globais de RSE. É baixo o percentual de empresas que possuem comitês de RSE ou sustentabilidade ou que desenharam uma política formal de RSE aliada a indicadores (*gráfico 13*).

Gráfico 13

Distribuição porcentual das empresas conforme existência de comitê de RSE ou sustentabilidade, políticas formais de RSE e metas e indicadores: média do total da amostra e média das grandes empresas. Amostra principal.



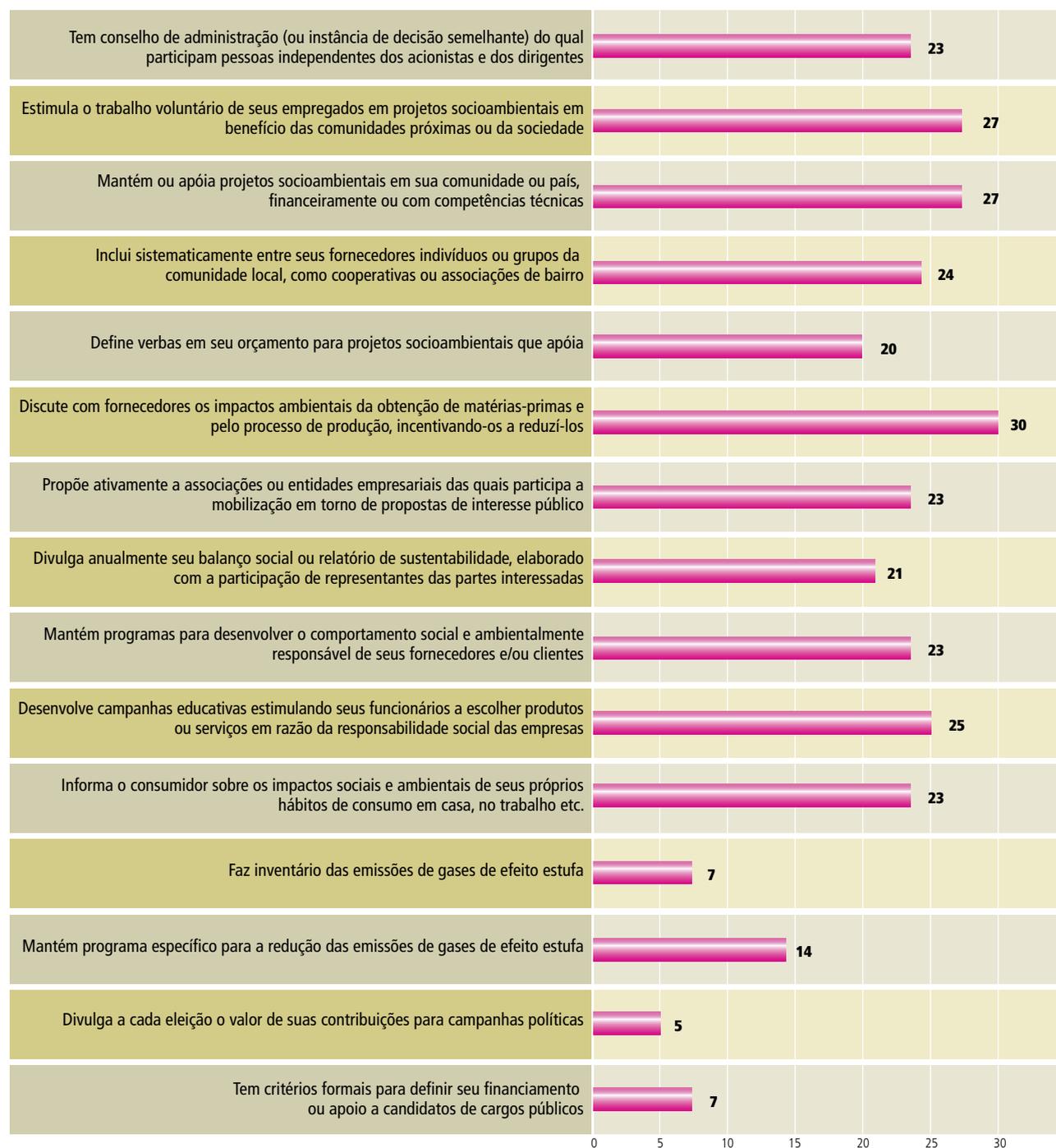
5. Algumas áreas da Responsabilidade Social Empresarial representam maiores desafios, pois a adesão às práticas gira em torno de 1/3 das empresas ou menos. Um traço comum a essas áreas é tratar de questões que envolvem um diálogo com

um rol maior de públicos e, em alguns casos, ações "extramuros" das empresas, voltadas para algo além de seus interesses mais imediatos: meio ambiente, ética e transparência, governança corporativa e relacionamento com seus públicos. Implicam também em um maior aprofundamento da responsabilidade social dentro da empresa, estabelecendo raízes em suas fundamentações éticas (*gráfico 14*).

As práticas que têm menor adesão são relacionadas a:

- i. existência de regras para financiamento de campanha política;
- ii. controle de emissão de gases de efeito estufa;
- iii. educação para o consumo consciente;
- iv. elaboração de balanço social com envolvimento das partes interessadas;
- v. ações de protagonismo da empresa em relação a fornecedores ou a seus pares;
- vi. apoio a projetos socioambientais; e
- vii. inclusão da comunidade local entre seus fornecedores e gestão com conselho de administração.

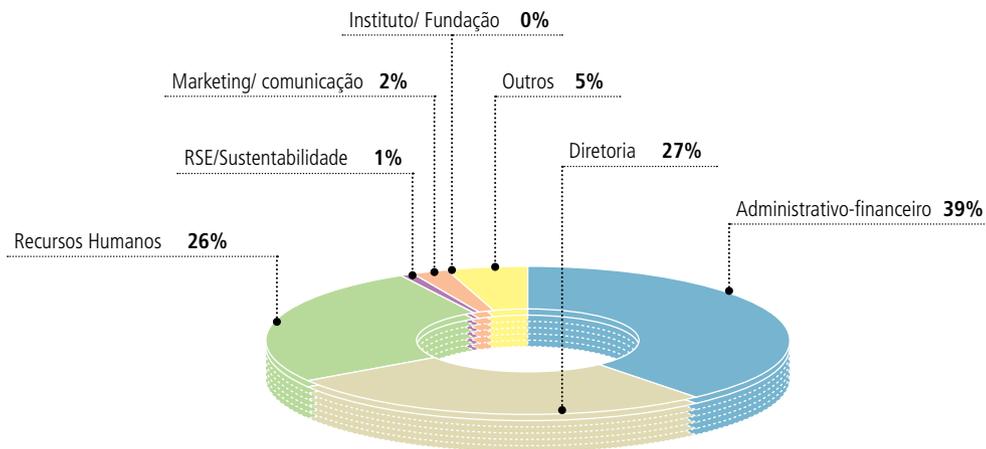
Distribuição percentual das empresas conforme práticas implementadas no total da amostra principal.



6. As três áreas que mais cuidam da responsabilidade social nas empresas são: administrativo-financeira, diretoria e recursos humanos.
- a. É baixo o percentual de empresas que têm departamentos especialmente voltados ao assunto de RSE, o que indica que essas questões são principalmente tratadas por áreas que têm atribuições mais amplas, com vários assuntos a lidar (gráfico 15).

Gráfico 15

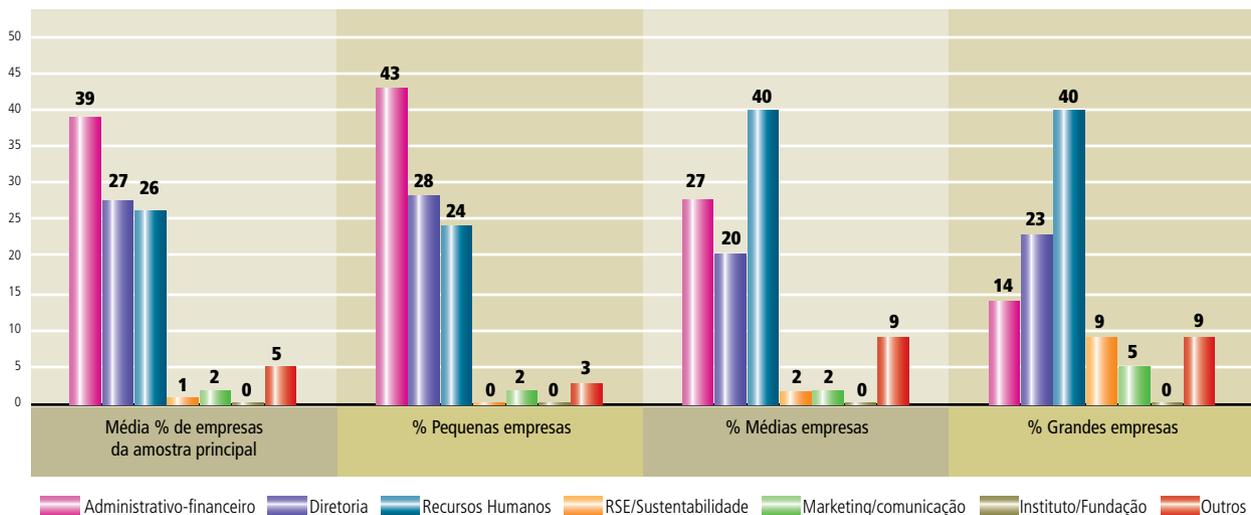
Distribuição percentual das empresas conforme áreas responsáveis por RSE no total da amostra principal.



- b. A distribuição dos percentuais varia conforme o porte da empresa (gráfico 16).

Gráfico 16

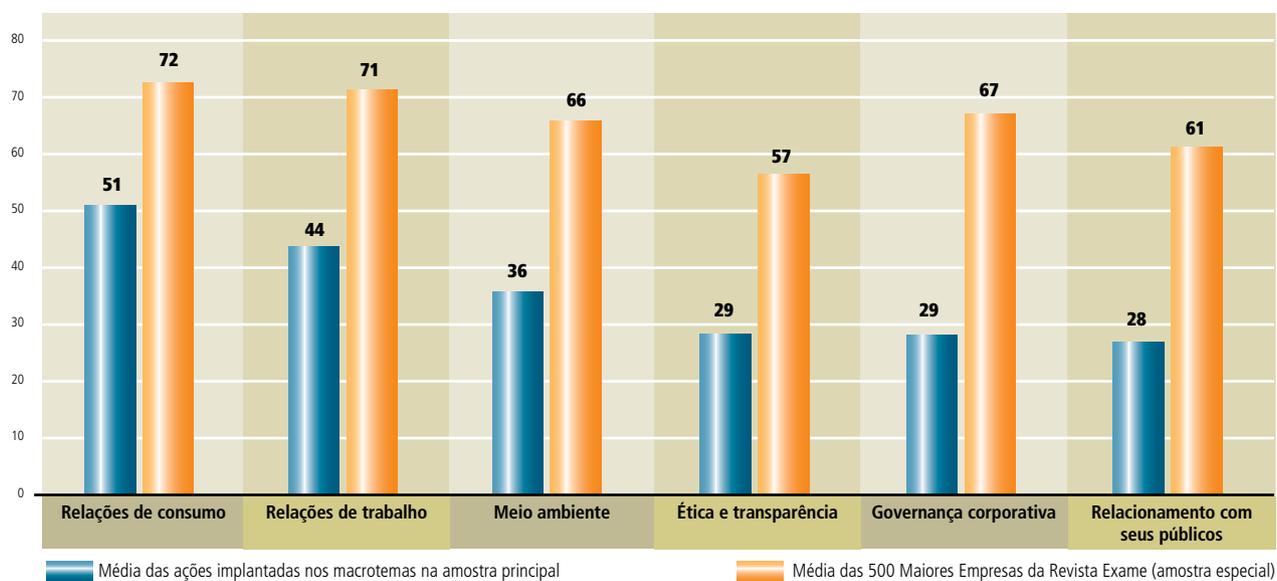
Distribuição percentual das empresas conforme áreas responsáveis por RSE: total da amostra e empresas por porte. Amostra principal.



7. Há indicativos de que as empresas pesquisadas nas duas amostras especiais – Associados Ethos e 500 Maiores Empresas da Revista Exame – têm um comportamento distinto. Apresentam, comparativamente ao conjunto representativo das empresas brasileiras, um maior número de práticas implantadas, além de uma maior formalização da discussão de RSE em nível estratégico, o que pode ser identificado por uma maior proporção dessas empresas entre as que possuem comitês e departamentos próprios para discutir RSE e sustentabilidade e pela maior utilização das ferramentas de apoio disponíveis. Isso indica que estas empresas podem ser consideradas referência no processo de discussão e implantação da RSE no Brasil.
- a. Há indicativos de um expressivo destaque das empresas que fazem parte do grupo das 500 Maiores Empresas da Revista Exame.
- i. Em todos os temas de RSE, observa-se que a maioria das empresas desse segmento já tem ações implementadas (*gráfico 17*).

Gráfico 17

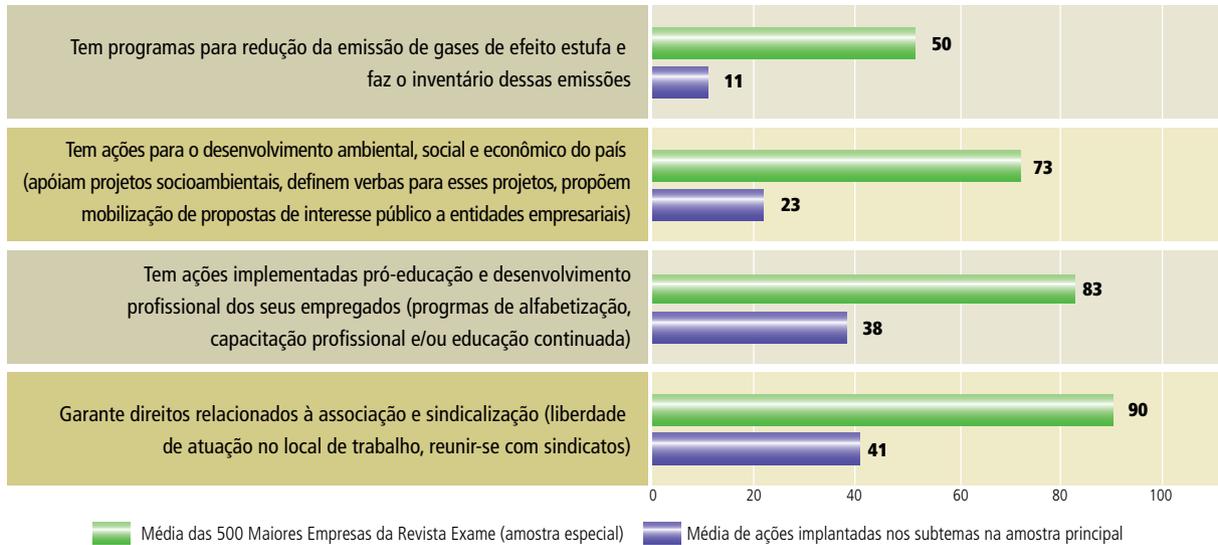
Distribuição porcentual das empresas conforme incorporação de práticas em temas: média da amostra principal e média das 500 Maiores Empresas da Revista Exame.



- ii. Em algumas questões de RSE o percentual de implementação de ações entre as 500 Maiores Empresas da Revista Exame é significativamente muito superior ao da média das empresas brasileiras (*gráfico 18*).

Gráfico 18

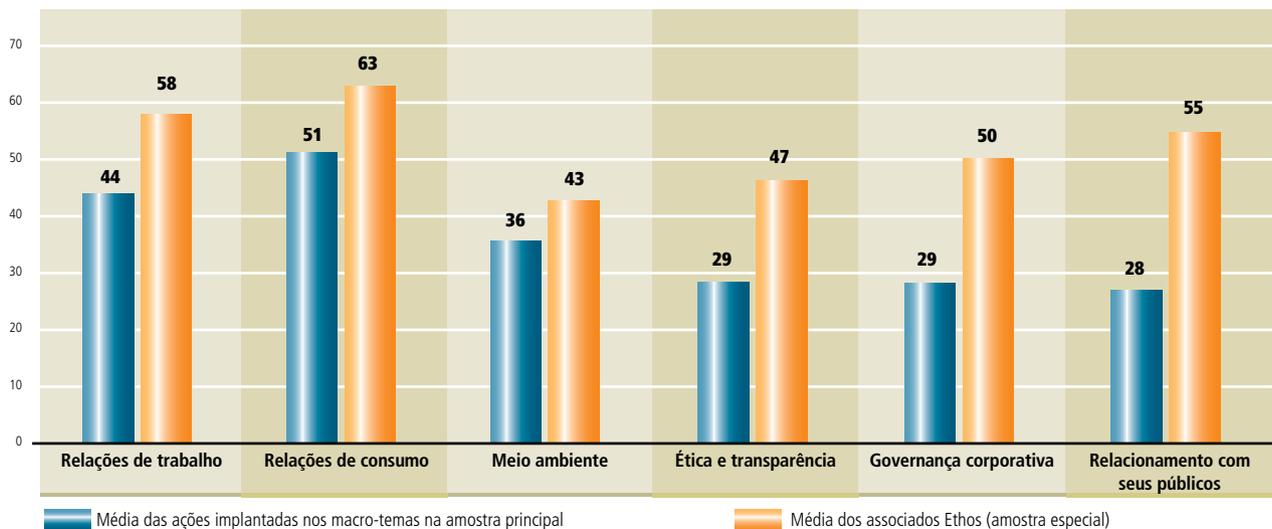
Distribuição percentual das empresas conforme incorporação de práticas agrupadas em subtemas: média da amostra principal e média das 500 Maiores Empresas da Revista Exame.



- b. Associados Ethos também apresentam maior incorporação de práticas. É maior o percentual de incorporação de práticas de RSE entre essas empresas, comparativamente às médias da amostra representativa das empresas brasileiras (gráfico 19).

Gráfico 19

Distribuição percentual das empresas conforme incorporação de práticas agrupadas em temas: média da amostra principal e média dos associados Ethos.

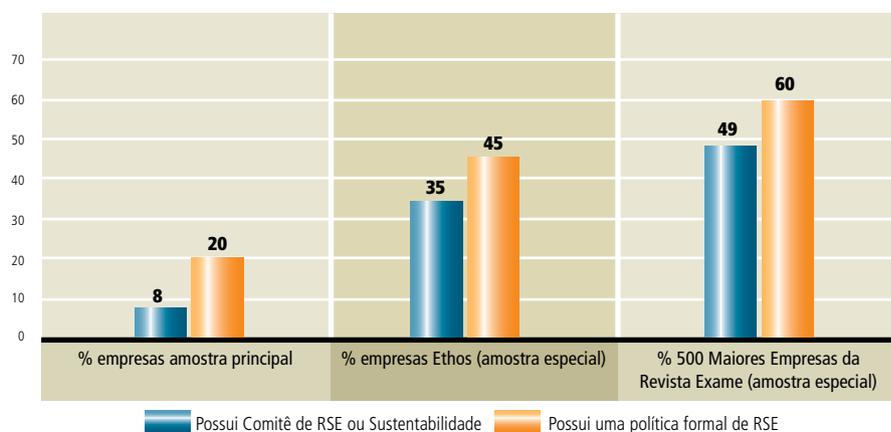


- c. Associados ao Ethos e empresas da lista das 500 Maiores Empresas da Revista Exame apresentam maior formalização de políticas de RSE e maior utilização de ferramentas de apoio.

Comparativamente à amostra principal, um número significativamente maior de empresas do segmento de associados Ethos possui comitês e departamentos próprios para discutir RSE ou sustentabilidade e utiliza as ferramentas de apoio disponíveis (gráfico 20).

Gráfico 20

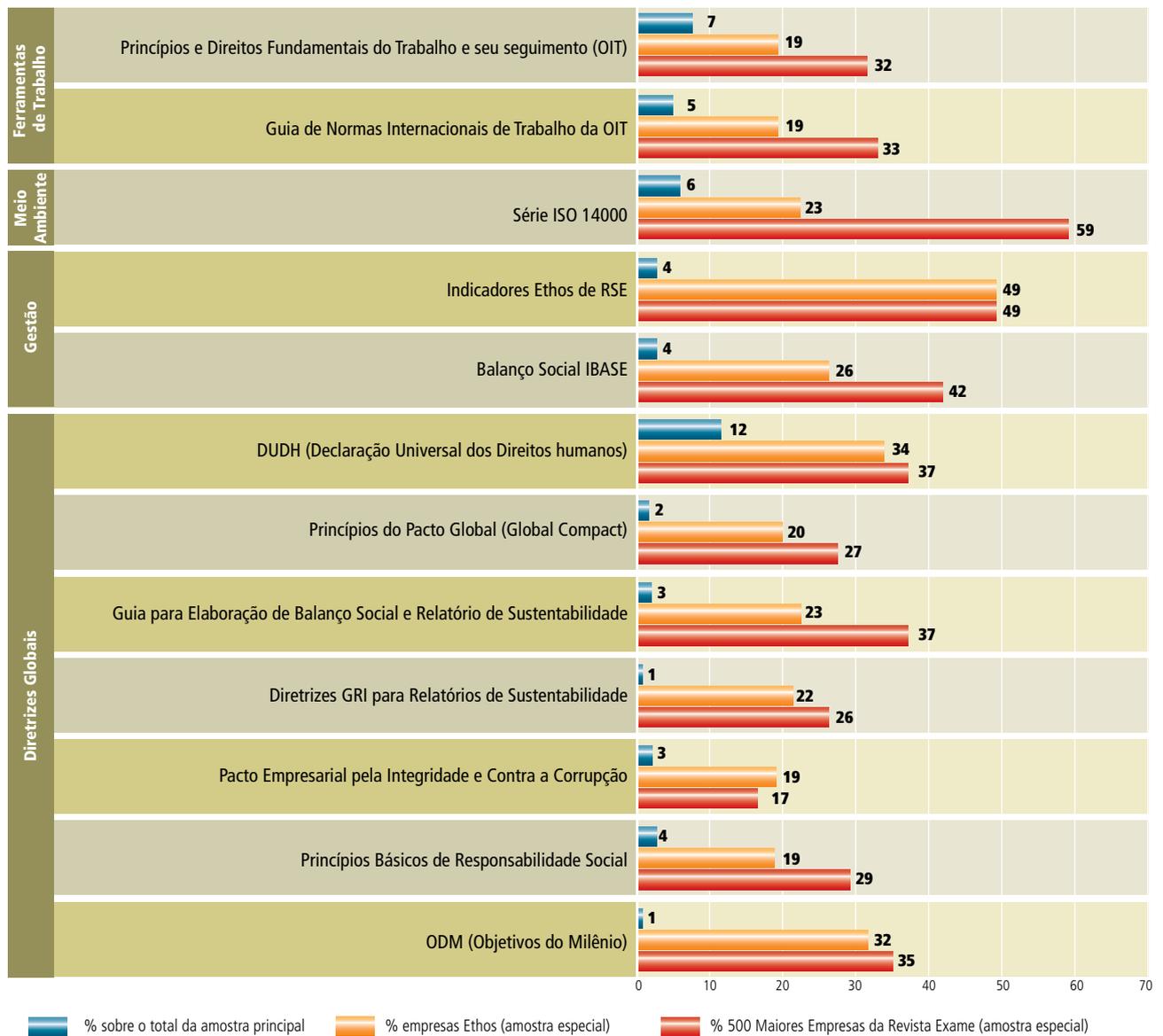
Distribuição percentual das empresas conforme existência de comitês de RSE e/ou política formal de RSE: total da amostra principal, Associados ao Ethos e 500 Maiores Empresas da Revista Exame.



- d. Associados ao Ethos e as 500 Maiores Empresas da Revista Exame também apresentam maior utilização de ferramentas de apoio (gráfico 21).

Gráfico 21

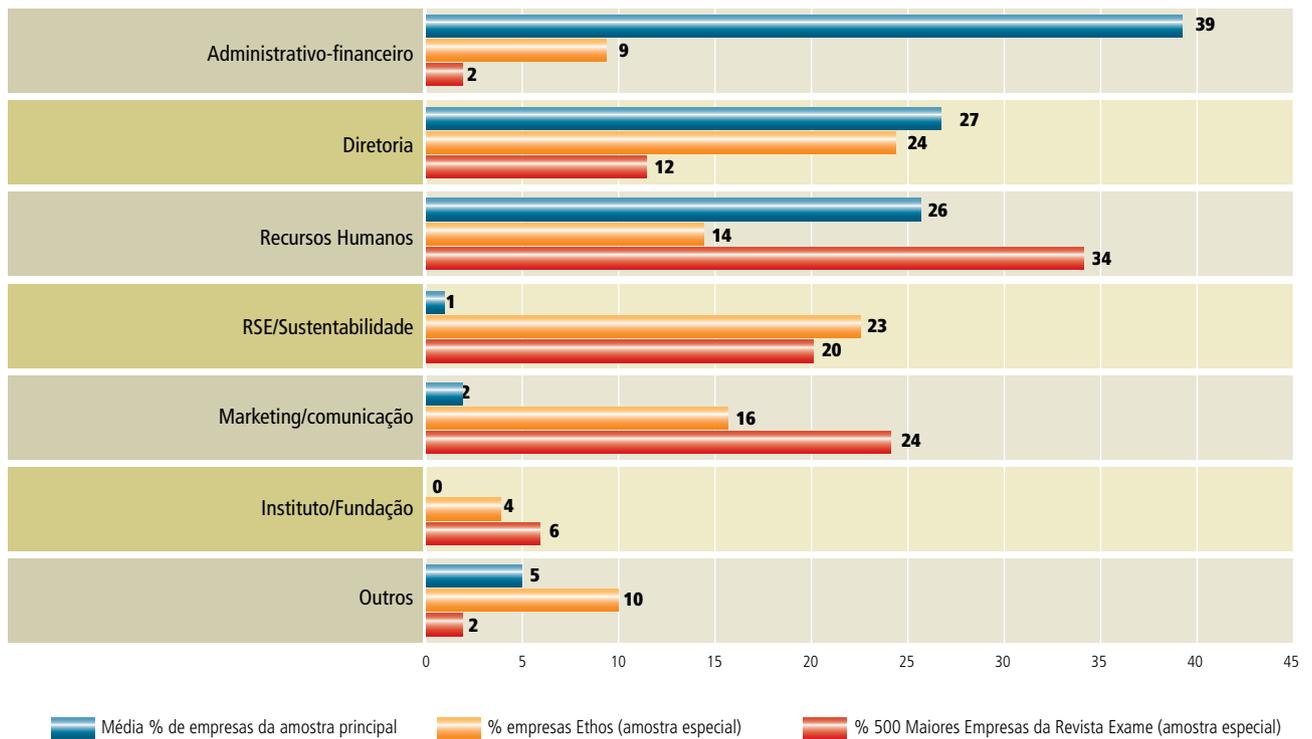
Distribuição porcentual das empresas conforme instrumentos mais implantados ou em processo de implantação: total da amostra principal, amostra Associados Ethos e 500 Maiores Empresas da Revista Exame.



- e. Associados Ethos e as 500 Maiores Empresas da Revista Exame possuem, comparativamente, uma maior proporção de departamentos de RSE ou sustentabilidade como áreas responsáveis por RSE (gráfico 22).

Gráfico 22

Distribuição percentual das empresas conforme áreas responsáveis por RSE: amostra principal, Associados Ethos e 500 Maiores Empresas da Revista Exame.



A REDE TEAR

As empresas participantes da Rede Tear também foram investigadas nesta pesquisa como um universo à parte, por meio de uma amostra independente de 21 entrevistas. Considerando que seu universo é composto por 105 empresas, a margem de erro foi de 19%. Fizeram parte desta amostra tanto empresas de grande porte (as empresas-âncora) como as pequenas e médias empresas que são o foco de atendimento do programa.

Promovido pelo Instituto Ethos e pelo Fundo Multilateral de Investimento (Fumin), do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), o Programa Tear – Tecendo Redes Sustentáveis 1ª edição teve como principais objetivos aumentar a competitividade e a sustentabilidade das pequenas e médias empresas (PMEs) e ampliar suas oportunidades de mercado, contribuindo assim para o desenvolvimento do País. O programa tem uma estrutura que se baseia em 9 empresas-âncora de sete setores da economia, que selecionam entre 15 e 25 empresas de sua cadeia de valor (fornecedores ou clientes) sobre a qual assumem o compromisso de ajudá-las a adotar ou ampliar uma gestão socialmente responsável em seus processos internos e no relacionamento com suas partes interessadas.

DESTAQUES

Os resultados revelam que, comparativamente às empresas da amostra principal (a qual representa o universo das empresas brasileiras) as empresas da Rede Tear estão formalizando mais suas políticas de RSE. Isso pode ser observado pelo fato de que 38% delas possuem comitês de RSE e 62% afirmam possuir uma política formal de RSE (contra 8% e 20% da amostra principal, respectivamente).

Além disso, um percentual maior destas empresas possui departamentos de RSE e/ou de Sustentabilidade como áreas responsáveis pela RSE: 14% diante de 1% da amostra principal (este alto percentual pode se referir à presença das empresas-âncora, de grande porte, na amostra). De qualquer forma, nas empresas da Rede Tear é mais comum que a área responsável por RSE seja o departamento administrativo-financeiro (29%) e a diretoria (24%), com certo destaque também para o departamento de qualidade (10%).

Outro dado significativo para se analisar o grau de formalização de políticas de responsabilidade social é baseado na incorporação de ferramentas e fontes de referência. No caso das empresas da Rede Tear, há comparativamente um índice significativamente maior (frente à média das empresas brasileiras) de incorporação ou em processo de incorporação de algumas importantes ferramentas e referências, tais como:

- Balanço Social Ibase (67%)
- GRI – Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative (24%)
- ODM – Objetivos do Milênio (52%)
- Guia de Normas Internacionais de Trabalho da OIT (33%)
- Princípios do Pacto Global – Global Compact (19%)

- Declaração Universal dos Direitos Humanos – DUDH (29%)
- Série ISO 14000 (24%).

E, especialmente, há um maior índice de adoção das ferramentas oferecidas pelo Ethos: Critérios Essenciais de RSE e seus Mecanismos de Indução (24%), Guia para Elaboração de Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade (67%), Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial (81%), Princípios Básicos de Responsabilidade Social ABRAPP/ETHOS (29%).

Estes destaques demonstram que, nestas empresas que fazem parte do programa, a introdução da discussão e prática de RSE tende a ser mais sistemática e estruturada, o que faz supor que resultará em transformações mais perenes e profundas.

ADOÇÃO DE PRÁTICAS DE RSE

Utilizando-se ainda como critério de avaliação a comparação relativa entre o comportamento das empresas da Rede Tear com as empresas da amostra principal, estas primeiras não apresentam um desempenho consistentemente superior às segundas. Isto é, os percentuais de adesão às práticas agrupadas nos grandes temas estudados não são em geral significativamente superiores, a não ser no macrotema "diálogo e engajamento com os públicos de interesse": em média 38% das empresas da Rede Tear adotam práticas relacionadas ao tema, versus 28% da média das empresas brasileiras.

Vale ressaltar, porém, que como a margem de erro da amostra da Rede Tear é grande, isso pode impactar ainda mais na comparação entre estes universos.

Alguns tipos de práticas chegam a apresentar uma adesão comparativamente menor, tais como "proteção, saúde e segurança do consumidor ou cliente" (55% das empresas da Rede Tear e 67% das empresas da amostra principal), "políticas de remuneração" (43% e 62% respectivamente), condições de trabalho (33% e 54%), "acesso dos consumidores ou clientes a informação adequada" (44% e 57%) e "trabalho infantil e forçado" (38% e 45%). É possível que estas empresas da Rede Tear, já amparadas por um grau maior de conhecimento sobre práticas de RSE, tenham respondido à pesquisa de forma mais auto-exigente do que, comparativamente, as empresas da amostra principal.

Já em outros conjuntos de práticas as empresas da Rede Tear se destacam positivamente: "direito e recurso à reclamação" (64% de adesão entre as empresas da Rede Tear e 52% da média das empresas da amostra principal), "cadeia produtiva" (41% Rede Tear e 34% amostra principal), "desenvolvimento ambiental, social e econômico do país" (38% e 23%, respectivamente).

Realização



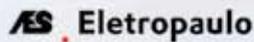
Apoio de Conteúdo



Apoio de Publicação



Apoio de Produção (Patrocinadores do Projeto Ethos 10 Anos)



O Instituto Ethos só aceita patrocínio de empresas a ele associadas. Empresas públicas e mistas são aceitas como associadas e patrocinadoras porque atuam no mercado nas mesmas condições que as empresas privadas.

