

# **INDICADORES ETHOS**

## **De Responsabilidade Social Empresarial**

**Apresentação da Versão 2000**

Instrumento de avaliação e planejamento para empresas  
que buscam excelência e sustentabilidade em seus negócios

INSTITUTO  
**ETHOS**  
Abril/2000

## **Sumário**

### **1. A Responsabilidade Social das Empresas**

- **O novo contexto econômico e a responsabilidade social**
- **Ética e qualidade nas relações**
- **Responsabilidade social no Brasil**
- **Instituto Ethos**

### **2. Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial**

- **Estrutura do questionário**
- **Metodologia de avaliação**
- **Instruções de preenchimento**

## 1. A Responsabilidade Social das Empresas

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social está lançando os **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial**, um sistema inédito de avaliação e referência dos compromissos e práticas sociais das empresas. Considerando as múltiplas dimensões do papel social da empresa, o diagnóstico abrange sete temas:

- 1) Valores e Transparência
- 2) Comunidade Interna
- 3) Meio Ambiente
- 4) Fornecedores
- 5) Consumidores
- 6) Comunidade
- 7) Governo e Sociedade.

Os **Indicadores Ethos** têm como base o questionário de avaliação, aqui apresentado. Ele é um instrumento de diagnóstico da situação específica da empresa, indicando o grau de efetivação da responsabilidade social em suas atividades. O questionário cumpre também o papel de oferecer uma ferramenta de gestão e planejamento, indicando prospectivamente –a partir da situação da empresa– políticas e ações voltadas para o aprofundamento de seus compromissos sociais.

A sistematização das informações que o Instituto Ethos estará coletando junto às empresas irá propiciar, ao longo do tempo, a construção de um quadro de referência abrangente, permitindo que as empresas tenham parâmetros comparativos de como a responsabilidade social é praticada por um conjunto de empresas líderes. Trata-se de um conhecimento relevante para que se conheça

a contribuição efetiva da responsabilidade social para a competitividade e produtividade das empresas.

### O novo contexto econômico e a responsabilidade social das empresas

Um dos traços mais impactantes da recente evolução da economia mundial tem sido a integração dos mercados e queda das barreiras comerciais. Para grande parte das empresas, isso significou a inserção, muitas vezes forçada, na competição em escala planetária. Em curto espaço de tempo, elas viram-se compelidas a mudar radicalmente suas estratégias de negócio e padrões gerenciais para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades decorrentes da ampliação de seus mercados potenciais, do surgimento de novos concorrentes e novas demandas da sociedade.

Paralelamente, tiveram que passar a acompanhar a acelerada evolução tecnológica e o aumento do fluxo de informações, que se tornou exponencial com o avanço da Internet.

Na era da informação, da nova economia, são profundas as mudanças no modo de as sociedades se organizarem. Alteram-se os papéis dos Estados nacionais, das empresas e das pessoas. Redefine-se a noção de cidadania e constituem-se modalidades inovadoras de direitos coletivos. O crescimento vertiginoso do chamado terceiro setor, com a proliferação das organizações não governamentais, configura uma verdadeira revolução cívica, que o mundo da Internet e das comunicações vem potencializar.

Esse contexto apresenta como desafio para as empresas a conquista de níveis cada vez maiores de competitividade e produtividade, e

introduz a preocupação crescente com a legitimidade social de sua atuação.

Como resposta, as empresas passam a investir em qualidade, num aprendizado dinâmico que se volta inicialmente para os **produtos**, evolui para a abordagem dos **processos**, até chegar ao tratamento abrangente das **relações** compreendidas na atividade empresarial, com os empregados, os fornecedores, os consumidores, a comunidade, a sociedade e o meio ambiente.

A gestão empresarial que tem como referência apenas os interesses dos acionistas revela-se insuficiente no novo contexto. Ele requer uma gestão balizada pelos interesses e contribuições de um conjunto maior de partes interessadas (stakeholders). A busca de excelência pelas empresas passa a ter como objetivos a qualidade nas relações e a sustentabilidade econômica, social e ambiental. Os **Indicadores Ethos** propõem-se a ser uma ferramenta para a promoção desses objetivos.

### **Ética e qualidade nas relações**

A atuação baseada em princípios éticos elevados e a busca de qualidade nas relações são manifestações da responsabilidade social empresarial. Numa época em que os negócios não podem mais se dar em segredo absoluto, a transparência passou ser a alma do negócio: tornou-se um fator de legitimidade social e um importante atributo positivo para a imagem pública e reputação das empresas.

É uma exigência cada vez mais presente a adoção de padrões de conduta ética que valorizem o ser humano, a sociedade e o meio ambiente. Relações de qualidade constroem-se a partir de valores e condutas capazes de satisfazer necessidades e interesses dos parceiros, gerando valor para todos.

Empresas socialmente responsáveis estão melhor preparadas para assegurar a sustentabilidade a longo prazo dos negócios, por estarem sincronizadas com as novas dinâmicas que afetam a sociedade e o mundo empresarial. O necessário envolvimento de toda a organização na prática da responsabilidade social gera sinergias, precisamente com os públicos dos quais ela tanto depende, que fortalecem seu desempenho global.

A empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa.

A prática da responsabilidade social revela-se internamente na constituição de um ambiente de trabalho saudável e propício à realização profissional das pessoas. A empresa, com isso, aumenta sua capacidade de recrutar e manter talentos, fator chave para seu sucesso numa época em que criatividade e inteligência são recursos cada vez mais valiosos.

A competição acirrada torna vital a fidelização dos consumidores, que têm cada vez mais acesso à informação e à educação. A adoção de um comportamento que ultrapassa as exigências legais agrega valor à imagem da empresa, aumentando o vínculo que seus consumidores estabelecem com ela.

A empresa demonstra sua responsabilidade social ao comprometer-se com programas sociais voltados para o futuro da comunidade e da sociedade. O investimento em processos produtivos compatíveis com a conservação ambiental e a preocupação com o uso racional

dos recursos naturais também têm importante valor simbólico, por serem de interesse da empresa e da coletividade.

Com iniciativas desse tipo, a empresa revela sua crença no preceito de que só uma sociedade saudável pode gerar empresas saudáveis.

### **Responsabilidade social no Brasil**

A responsabilidade social empresarial é um tema de grande relevância nos principais centros da economia mundial. Nos Estados Unidos e na Europa proliferam os fundos de investimento formados por ações de empresas socialmente responsáveis. O *Sustainability Index*, da Dow Jones, por exemplo, enfatiza a necessidade de integração dos fatores econômicos, ambientais e sociais nas estratégias de negócios das empresas. Normas e padrões certificáveis relacionados especificamente ao tema da responsabilidade social, como as normas SA8000 (relações de trabalho) e AA1000 (diálogo com partes interessadas), vêm ganhando crescente aceitação.

No Brasil, o movimento de valorização da responsabilidade social empresarial ganhou forte impulso na década de 90, através da ação de entidades não governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão. O trabalho do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - IBASE na promoção do Balanço Social é uma de suas expressões e tem logrado progressiva repercussão.

A obtenção de certificados de padrão de qualidade e de adequação ambiental, como as normas ISO, por centenas de empresas brasileiras, também é outro símbolo dos avanços que têm sido obtidos em alguns aspectos importantes da responsabilidade social empresarial.

A atuação incansável da Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança pela erradicação do trabalho infantil e a adoção do selo Empresa Amiga da Criança por número expressivo de empresas são exemplos vivos do poder transformador da iniciativa privada.

As enormes carências e desigualdades sociais existentes em nosso país dão à responsabilidade social empresarial relevância ainda maior. A sociedade brasileira espera que as empresas cumpram um novo papel no processo de desenvolvimento: sejam agentes de uma nova cultura, sejam atores de mudança social, sejam construtores de uma sociedade melhor.

A criação dos **Indicadores Ethos** faz parte do esforço do Instituto Ethos na disseminação da responsabilidade social empresarial no Brasil. Os **Indicadores Ethos**, ao mesmo tempo em que servem de instrumento de avaliação para as empresas, reforçam a tomada de consciência dos empresários e da sociedade brasileira sobre o tema.

### **O Instituto Ethos**

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, organização sem fins lucrativos fundada em 1998, tem como associados algumas centenas de empresas em operação no Brasil, de diferentes portes e setores de atividade. A entidade tem como missão mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade mais próspera e justa. O Instituto Ethos dissemina a prática da responsabilidade social por intermédio de atividades de intercâmbio de experiências, publicações, programas e eventos voltados para seus associados e para a comunidade de negócios em geral.

O Instituto Ethos é parceiro de várias entidades internacionais, entre as quais o *Prince of Wales Business Leadership Forum*, do Reino Unido, e o *Business for Social Responsibility*, organização empresarial sediada nos Estados Unidos que conduz projetos e programas em nível global, buscando incentivar empresas a alcançarem sucesso em seus negócios implementando práticas que respeitem pessoas, comunidades e o meio ambiente.

Para fortalecer o movimento pela responsabilidade social no Brasil, o Instituto Ethos concebeu os **Indicadores Ethos** como um sistema de avaliação do estágio em que se encontram as práticas de responsabilidade social nas empresas. O trabalho de divulgação desse instrumento também tem como objetivos estimular a adesão de novas empresas e permitir que a sociedade conheça e aprecie as melhores políticas e práticas já existentes.

O questionário publicado a seguir é um instrumento básico de avaliação do estágio atual das políticas e práticas de responsabilidade social empresarial no Brasil. O sucesso dessa iniciativa depende diretamente da adesão espontânea das empresas à proposta. Preencha seu questionário com o máximo de rigor e reflexão. Envie cópia dos resultados para o Instituto Ethos, que lhe assegura toda confidencialidade.

## **2. Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial**

O questionário dos **Indicadores Ethos** é apresentado em modelo único para todas as indústrias e setores econômicos, sendo formulado de modo a ser preenchido pelas próprias empresas participantes, como auto-avaliação. A utilização de modelo único, com um sistema adequado de pontuação, vai permitir a comparação do nível de responsabilidade social entre as diferentes empresas. A sistemática de auto-avaliação visa também despertar as empresas para a abrangência e importância do tema da responsabilidade social, muitas vezes confundido e limitado à filantropia empresarial, e não percebido na sua real dimensão de um novo paradigma de gestão.

### **Estrutura do Questionário**

O questionário de Avaliação da Empresa está dividido em sete grandes temas: 1)Valores e Transparência 2)Comunidade Interna 3)Meio Ambiente 4)Fornecedores 5)Consumidores 6)Comunidade 7)Governo e Sociedade.

Esses temas são avaliados por meio de dois grupos de indicadores. O primeiro, composto de uma barra de quatro quadros contíguos, corresponde à avaliação do estágio atual da responsabilidade social da empresa, sendo que o quadro mais à direita corresponde à postura mais desejada. Este método permite facilmente à empresa situar-se na escala, identificando seu posicionamento em relação aos estágios mais frequentemente encontrados no mercado. A própria escala serve como parâmetro dos passos subseqüentes, permitindo que a empresa planeje como alcançar um grau mais elevado de responsabilidade social.

O segundo grupo de indicadores, composto de respostas binárias (sim/não) e de valores numéricos, contém elementos de validação e detalhamento do estágio de responsabilidade social identificado pela empresa. A importância deste segundo grupo de informações reside na montagem de um banco de dados que vai permitir, no futuro, a realização de comparações históricas e a distinção das melhores práticas adotadas.

A estrutura desses dois conjuntos é dinâmica, variando de acordo com os paradigmas contemporâneos de responsabilidade social. Neste sentido, o Instituto Ethos pretende adequar continuamente o modelo de avaliação à realidade objetiva das empresas e às expectativas da sociedade.

### **Metodologia de avaliação**

A avaliação do nível de responsabilidade social por empresa será consolidada pelo Instituto Ethos, conforme metodologia própria. Os resultados finais serão baseados em um sistema de pontuação dos diferentes indicadores e temas, que vai permitir considerar:

- A importância e a profundidade de cada indicado, considerando sua atualidade e impacto na sociedade;
- Setores em que certos indicadores não têm relevância;
- Setores onde alguns temas possuem menor peso relativo frente aos demais.

O Instituto Ethos assegura tratamento estritamente confidencial dos dados por empresa. Na apresentação estatística das informações, as empresas não serão identificadas. Eventual divulgação de experiências e práticas exemplares só será realizada mediante prévia consulta e autorização.

### **Instruções de preenchimento**

Cada questionário deve corresponder a uma unidade de negócio. Seu preenchimento envolve a participação de várias áreas da empresa devido à abrangência dos temas. É aconselhável que a empresa indique um coordenador que facilite a sistematização das informações e o diálogo interno. Também é importante que a alta direção da empresa acompanhe esse processo de avaliação e referende seus resultados.

O preenchimento deverá ser feito da seguinte maneira:

Barra de indicadores de responsabilidade social empresarial: apenas um dos quatro quadros deverá ser escolhido, devendo-se optar por aquele que mais se aproxima da realidade da empresa. Na hipótese de nenhum dos quadros corresponder a essa realidade, o indicador deverá ser deixado em branco, apresentando-se justificativa no espaço reservado para comentários;

Indicadores Sim/Não e Numéricos: Os indicadores Sim/Não deverão ser obrigatoriamente preenchidos e os indicadores numéricos só poderão deixar de ser respondidos no caso de não se aplicarem ao setor.

O Instituto Ethos tornará disponíveis os resultados médios da pontuação das empresas participantes, em publicações e via Internet. Oportunamente, obtida uma massa crítica de dados, serão gerados relatórios específicos para as empresas respondentes, apresentando o resultado de sua pontuação e comparando cada uma delas ao conjunto das empresas participantes ou grupo específico do seu setor. Participe! Juntos podemos construir um novo país!